

# Facultat de Ciències de la Comunicació

## Treball de fi de grau

Títol

**Plan de Comunicación del escritor Frank Mayhem**

Autor/a

**Inés Márquez Trinidad**

Tutor/a

**Dr. Antoni Noguero**

Grau

**Publicidad y Relaciones Públicas**

Data

**13/06/2014**

# Universitat Autònoma de Barcelona

## Full Resum del TFG

**Títol del Treball Fi de Grau:** Plan de Comunicación del escritor Frank Mayhem

**Autor/a:** Inés Márquez Trinidad

**Tutor/a:** Dr. Antoni Noguero

**Any:** 2014

**Titulació:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

### Paraules clau (mínim 3)

**Català:** Pla de comunicació, escriptor, novell, online, literatura, objectius, estratègia, accions.

**Castellà:** Plan de comunicación, escritor, novel, online, literatura, objetivos, estrategia, acciones.

**Anglès:** Communication plan, writer, novice, online, literature, goals, strategy, actions.

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

**Català:** En aquest treball de fi de grau es presenta un pla de comunicació sobre Frank Mayhem, un jove escriptor novell. El projecte s'ha desenvolupat amb una investigació prèvia de diferents aspectes d'interès com son; la importància de tenir presència online i la literatura actual a Espanya. S'ha analitzat a la competència, s'han descrit els públics objectius i als stakeholders. S'han plantejat uns objectius basats en crear una imatge de marca i donar-lo a conèixer aconseguint notorietat. A més, s'ha desenvolupat una estratègia i les conseqüents accions a realitzar per aconseguir els objectius establerts.

**Castellà:** En este trabajo de fin de grado se presenta un plan de comunicación sobre Frank Mayhem, un joven escritor novel. El proyecto se ha desarrollado con una investigación previa de diferentes aspectos de interés como son; la importancia de tener presencia online y la literatura actual en España. Se ha analizado a la competencia, se han descrito los públicos objetivos y a los stakeholders. Se han planteado unos objetivos basados en crear una imagen de marca y darlo a conocer consiguiendo notoriedad. Además, se ha desarrollado una estrategia y las consiguientes acciones a realizar para conseguir los objetivos establecidos.

**Anglès:** In this final degree project it is introduced a communication plan of Frank Mayhem, a new young writer. The project has been developed with a previous investigation of different important aspects, such as the importance of having online presence and the current Spanish literature. The competence has been analysed and the objective target and the stakeholders have been described. Also, the objectives based on creating a brand image and giving him recognition to get notoriety have been established. Moreover, it has been developed a strategy and the consequent actions to be executed in order to reach the pre-established objective.

## Compromís d'obra original\*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

**Inés Márquez Trinidad**

**\*Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

## Resumen

En este trabajo de final de grado se presenta un plan de comunicación sobre Frank Mayhem, un joven escritor novel. El proyecto se inicia con una presentación del escritor, seguida por un análisis del contexto presente, en el que destaca el estudio de la importancia de la presencia online, la literatura actual en España y el análisis de distintos estilos literarios que se asemejan al él. Después, se ha analizado a la competencia, a los *stakeholders* y se ha hecho un DAFO. Se han marcado unos objetivos, explicado los públicos objetivos y se ha marcado una estrategia. En el último apartado, se encuentra el plan de acciones, con el timing, presupuesto y los KPI's correspondientes.

Después de haber realizado este trabajo, me gustaría destacar una frase de José María Merino que aparece en el libro de Navarro Martínez (2008:252): "Sólo los lectores hacen despertar los textos, que si no son leídos se mantienen en un mundo espectral". Y es que los textos pueden hacer a la personas inmortales, pero si los textos no son leídos pasará todo lo contrario, serán olvidados como el resto de humanos y sus escritos únicamente habrán sido historias y reflexiones interiores que morirán en la mente de quién las ha pensado.

Hay que aprovechar este momento para que con esa voluntad actual de compartir y de obtener la aceptación social, nos enriquezcamos todos de conocimiento y consigamos ser personas más llenas cultural y espiritualmente. Creo que este trabajo me ha servido para aprender cosas nuevas, ya que no sabía nada sobre el tema, y al ser sobre un caso real, me ha servido de motivación para hacerlo bien y poderlo llevar a la práctica.

## **AGRADECIMIENTOS**

*A mi tutor el Dr. Antoni Noguero por guiarme en este proyecto y haber accedido a llevarlo aunque fuera después del plazo establecido.*

*A mi familia por apoyarme siempre en todas mis decisiones y ayudarme a ser la persona que soy hoy, aunque no siempre haya seguido sus consejos.*

*A mis amigos por ser únicos, estar siempre a mi lado y demostrarme la importancia de la amistad para ser feliz y enfrentarse a todo.*

*A Fran por aparecer en mi vida cuando menos lo esperaba, por creer en mí como nadie lo ha hecho y motivarme día a día ayudándome a conseguir mis objetivos e iluminándome el camino, haciéndolo más sencillo a su lado. Sé que juntos somos invencibles, que haremos cosas grandes y que lograrás tu sueño.*

*“Saber juntar palabras no significa tener algo que decir”*

Frank Mayhem

## Índice

<b>RESUMEN.....</b>	<b>4</b>
<b>PRESENTACIÓN DEL TRABAJO.....</b>	<b>9</b>
MOTIVOS Y JUSTIFICACIÓN.....	9
PERTENENCIA PROFESIONAL.....	9
EL OBJETO DE TRABAJO .....	10
CRITERIOS METODOLÓGICOS Y ESTRUCTURA DEL TRABAJO .....	10
OBJETIVOS.....	11
ESTRATEGIA.....	11
ACCIONES .....	11
RESULTADOS ESPERADOS.....	12
<b>FRANK MAYHEM EN PROFUNDIDAD.....</b>	<b>13</b>
OBJETIVOS PERSONALES.....	13
VALORES.....	14
ATRIBUTOS, CUALIDADES Y PASIONES .....	14
<b>POSICIONAMIENTO.....</b>	<b>16</b>
<b>MISIÓN Y VISIÓN .....</b>	<b>17</b>
<b>FILOSOFÍA .....</b>	<b>18</b>
<b>ANÁLISIS DEL CONTEXTO (ESTUDIO DE MERCADO) .....</b>	<b>20</b>
¿QUÉ ES UNA MARCA PERSONAL?.....	20
CREAR UNA IMAGEN DE MARCA PERSONAL.....	21
LA IMPORTANCIA DE LA PRESENCIA ONLINE .....	22
EL NUEVO PERFIL DE CONSUMIDOR.....	23
LOS JÓVENES Y LA LECTURA.....	23
LAS EDITORIALES.....	25
LITERATURA Y AUTORES ACTUALES EN ESPAÑA .....	27
EL FUTURO DE LA LITERATURA Y LAS EDITORIALES EN ESPAÑA .....	29
<b>LITERATURA DE FRANK MAYHEM.....</b>	<b>30</b>
LA GENERACIÓN X .....	32
EL MINIMALISMO .....	34
EL REALISMO SUCIO.....	35
LA GENERACIÓN BEAT .....	36
EL ALT LIT .....	37
<b>COMPETENCIA DE FRANK MAYHEM .....</b>	<b>39</b>
COMPETENCIA DIRECTA .....	40

COMPETENCIA INDIRECTA .....	44
COMPETENCIA SUBSTITUTIVA.....	45
CONCLUSIONES SOBRE LA COMPETENCIA.....	46
<b>ANÁLISIS DE LOS PÚBLICOS (STAKEHOLDERS) .....</b>	<b>47</b>
<b>ANÁLISIS DAFO .....</b>	<b>49</b>
DEBILIDADES.....	51
AMENAZAS .....	52
FORTALEZAS .....	54
OPORTUNIDADES .....	56
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>58</b>
<b>DEFINICIÓN DE LOS TARGETS.....</b>	<b>60</b>
TARGET PRINCIPAL.....	60
UN DÍA EN LA VIDA DE ALEX.....	61
TARGETS SECUNDARIOS .....	62
<b>PLANTEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA Y CONCEPTO .....</b>	<b>63</b>
<b>PLAN DE ACCIONES .....</b>	<b>65</b>
<b>TIMING .....</b>	<b>75</b>
<b>PRESUPUESTO .....</b>	<b>77</b>
<b>KPI'S, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN .....</b>	<b>78</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>79</b>
<b>WEBGRAFÍA.....</b>	<b>81</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>84</b>
ANEXO 1. ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD A FRANK MAYHEM.....	85
ANEXO 2. RELATO TITULADO “EL BECARIO” ESCRITO FRANK MAYHEM .....	90
ANEXO 3. POESÍA DE FRANK MAYHEM TITULADA “SOY UN ESPECTADOR” .....	104



## **Presentación del trabajo**

Este proyecto es un plan de comunicación que muestra cómo crear y dar a conocer la imagen de una persona y cómo convertirla en una marca.

Hay que destacar que se ha elegido un plan de comunicación debido a que establece los objetivos y determina las estrategias para conseguirlos, concretando todo en unas acciones. Así, la comunicación siempre debe aportar resultados, obtenidos a través de las acciones planteadas, alcanzando así la meta deseada. En primer lugar, se plantea el problema para seguidamente hacer un diagnóstico sobre él, que ayuda a formular la estrategia a seguir en este Plan de Comunicación.

## **Motivos y justificación**

Los motivos que justifican la elección de esta temática y de este escritor en concreto, son las de empezar un proyecto desde cero, del que hay que crear desde la imagen hasta pensar las acciones para darlo a conocer. Después de cuatro años estudiando el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, es interesante poder poner todos los conocimientos aprendidos durante estos años en un proyecto hecho íntegramente sin ninguna información. Así, se espera que los resultados que se obtengan al llevar a cabo las acciones resulten exitosos y pongan de manifiesto el éxito de los conocimientos aprendidos teóricamente.

## **Pertenencia profesional**

El presente proyecto, es un plan de comunicación, que sirve para crear, hacer más atractiva y dar a conocer la imagen de un joven escritor. Un plan de comunicación es:

Un documento escrito en el que se explican las actividades de comunicación con el fin último de alcanzar las metas de la organización, el marco de tiempo en que se llevarán a cabo y el presupuesto necesario para ello. Es una combinación de objetivos de comunicación, misión y estrategias de la organización. (Enrique, 2008:89).

## **El objeto de trabajo**

Un producto engloba las palabras bien y tangible, tiene una imagen y se vende. Esto es totalmente aplicable a una persona, la cual puede venderse y tiene una imagen. Por eso, se ha considerado interesante la posibilidad de hacer este plan de comunicación sobre un novel escritor que quiere darse a conocer pero que no sabe como debe hacerlo. De esta manera, este proyecto va a servir de guía para poder crear su marca personal vendiéndose a él mismo como si fuera un producto, y la vez darse a conocer y que la gente empiece a leer sus relatos, poesías y demás escritos. El hecho de que sea un caso real y que pueda llevarse a cavo, le da a este trabajo un aliciente y una motivación extra tanto para realizarlo, como para el objeto principal del mismo, el cual espera que cumpliendo este plan de comunicación pueda hacerse un hueco en el difícil mundo de la literatura.

## **Criterios metodológicos y estructura del trabajo**

En primer lugar, se ha hecho una investigación a través de distintos libros y de Internet para poder profundizar más en el tema y conocer con mas detenimiento a la competencia.

Seguidamente, se ha recogido información tanto cualitativa como cuantitativa, ya que se ha hecho una entrevista en profundidad con el escritor, el objeto por el que se ha hecho este trabajo, y se ha investigado más numéricamente datos extraídos del Instituto de Estadística de Cataluña.

La estructura de este trabajo es la usual de un plan de comunicación en el que se ven todos los pasos a seguir. Empieza con una introducción al trabajo en la que se explica el objeto de estudio, en este caso, la persona a la que se le hace el plan de comunicación. A continuación, hay un análisis de todo el contexto en torno al producto, en el que se analiza también a la competencia. Después, se explica la misión y la visión, un análisis DAFO y los objetivos que se pretenden con este proyecto profesional. En la parte final del trabajo, se puede encontrar la estrategia a seguir y el plan de acciones correspondiente, para llegar a alcanzar los objetivos propuestos, junto con un *timing* y el presupuesto. Finalmente, se habla de los KPI'S que se usarán para analizar la eficacia de las acciones y se adjunta un anexo en el que se presenta la entrevista a Frank Mayhem, un ejemplo de sus relatos y una poesía, que se usará para una de las acciones.

## Objetivos

Los dos objetivos principales son crear una imagen y dar a conocer al joven escritor Francisco Mancera, apodado con el nombre artístico de Frank Mayhem<sup>1</sup>. Después le siguen conseguir notoriedad y buena reputación online, y que una editorial publique un libro suyo o con contenido escrito por él.

Se ha elegido esta temática debido a que es un caso real y si al interesado le gustan las ideas planteadas, se van a llevar a cabo y es algo que ha servido de motivación a la hora de realizarlo.

## Estrategia

La estrategia principal es mostrar una imagen de Frank Mayhem y darlo a conocer de una manera distinta a la que lo hacen los escritores noveles. Así, sería mostrando que es un escritor joven, que escribe para jóvenes pero que no lo hace con las características de los jóvenes actuales, que escriben utilizando el vocabulario de Internet y a través de este medio. Él, tiene el estilo de escribir de los escritores de la “vieja escuela”, concepto sobre el que se basa la estrategia, y su preferencia por el papel y el bolígrafo en vez del uso de las nuevas tecnologías, le diferencian al resto de escritores. La imagen proyectada sería de un escritor novel pero con un estilo *vintage* y antiguo, con rasgos de realismo sucio, que lo hacen muy atractivo, principalmente para el público masculino.

## Acciones

Se llevarán a cabo las acciones propuestas sustentadas por la estrategia y que en un futuro posterior a este trabajo se medirá la repercusión que han tenido y si han resultado exitosas.

Se han puesto muchas ganas e ilusión en la realización de este proyecto con el que se pretende conseguir una mínima reputación y un reconocimiento al trabajo realizado.

Además, también se busca contentar al escritor Frank Mayhem y que quede satisfecho con las ideas propuestas.

---

<sup>1</sup> De aquí en adelante se usará el apelativo de Frank Mayhem para referirse a Francisco Mancera

### **Resultados esperados**

Los resultados se esperan obtener a finales de 2015, ya que, en esa fecha deberían haberse realizado todas las acciones según el *timing* previsto. En este primer año, se espera que sea conocido en Barcelona y que sea seguido a través de las distintas redes sociales, de manera que el target objetivo al que se dirige la estrategia desee leer sus relatos y escritos.

## Frank Mayhem<sup>2</sup> en profundidad

El objeto de trabajo es Francisco Mancera, un joven escritor de 27 años que se ha apodado con el nombre artístico de Fran Mayhem. Actualmente, estudia el Grado en Marketing y Negocios Internacionales en ESCI (Universidad Pompeu Fabra). Lleva toda su vida escribiendo relatos, canciones, reflexiones y todo tipo de ideas que se le pasan por la mente. Tiene también escrita una novela, la cual es una trilogía. Frank tiene muy claro que quiere dedicar su vida a escribir y por otro lado, también le gustaría ser *copy*, y aprovechar también su escritura para vender. Escribe para



callar a su mente, la que le bombardea constantemente con ideas. Aunque tiene mucho contenido redactado, nunca se ha atrevido a publicarlo debido a la falta de experiencia a la hora de publicitarse y darse a conocer. Por ello, este proyecto es un empujón para ver si a la gente le gusta lo que escribe y además es una motivación publicar su contenido y que sea leído por más gente.

### Objetivos personales

Fran Mayhem, quiere que la gente que lo lea, en especial su target, y que sientan que no están solos, ya que, muchos relatos muestran ideas y conceptos con los que muchos jóvenes se sentirán identificados.

Otro objetivo personal que pretende es poder desahogarse ya que dice que: “es para lo que he nacido, lo único que se me da bien, mi pasión”.

Por otro lado, quiere demostrar que lo políticamente correcto no tiene porque ser la norma, ya que a los jóvenes no les gusta leer y el tipo de escritura que hace Frank Mayhem al no ser la típica que se suele encontrar, ni la más correcta, puede resultar más atrayente.

---

<sup>2</sup> En el anexo 1 se puede encontrar una entrevista con Frank Mayhem donde se puede profundizar más.

## Valores

Frank Mayhem destaca que: “los valores están sobrevalorados, así que me gusta decir que destaco por la ausencia de ellos”.

Pero si hubiera que destacar unos valores, habría que decir que es un escritor honesto, oscuro, misterioso y realista. Está en contra de la perfección, debido a que hay demasiada gente buscando una perfección inexistente.



## Atributos, cualidades y pasiones

Las cualidades que se le pueden atribuir a Frank Mayhem son: sinceridad, rapidez mental, gran sensibilidad que se percibe en su literatura, facilidad para escribir y desarrollar cualquier tipo de escrito y estilo literario, imaginación que junto a el gran poder de asociación le provoca una gran mente creativa. Además es alternativo y transgresor, lo que le lleva moverse por los sitios más intrínsecos de las ciudades y coger ideas para sus relatos. Es diferente a los demás por lo que toda su vida ha destacado y ahora es momento de usarlo para poder hacerse un hueco en el mundo de la palabra.

Su gran pasión es la escritura como ya se ha comentado, pero entre otras destacan su pasión por la lectura, el deporte, observar a la gente, pasear a solas, dibujar, tocar la guitarra y un conjunto de actividades que desarrollan aún más su creatividad.

Hay que destacar que la ilusión y las ganas por hacer o llevar a cabo algún proyecto son una parte importante pero si no se marcan unos objetivos claros y unas metas, difícilmente se podrá tener éxito y cumplir lo que se quiere. Esto lo define muy bien Rosales que dice que:

Pero una intención no se convierte en objetivo hasta que no se concreta por escrito. Brian Tracy<sup>3</sup> lo resume muy bien en esta frase: Todos los triunfadores están intensamente orientados a una meta. Saben lo que quieren y se concentran resueltamente en alcanzarlo día tras otro. Nuestra habilidad para fijarnos metas es la llave maestra para alcanzar el éxito. (Rosales, 2010: 154).

Así, la ilusión no lo es todo, y este plan de comunicación es la ayuda que plasma por escrito los objetivos, estrategias y metas para que se puedan cumplir con éxito.

---

<sup>3</sup> Brian Tracy es un orador motivacional y uno de los mejores conferenciantes actuales de ventas del mundo.

## **Posicionamiento**

El posicionamiento, es según Hernández, Olmo y García: “Crear una imagen en la mente de los posibles consumidores que lo haga diferente a los productos de la competencia.” (Hernández, Olmo y García, 2000:75).

Por esto, es importante tener en cuenta el posicionamiento que se quiere conseguir y de qué manera se va a hacer. El fin principal de hacer este proyecto, es el de crear una imagen del escritor Frank Mayhem y situar esta imagen en la mente de la personas, para que la información que perciban sobre el escritor les asigne un significado positivo.

La interpretación de la información es selectiva, esto quiere decir que no se hace caso a todas las informaciones que nos llegan, si no que se selecciona y se posiciona en la mente del consumidor la información que éste selecciona.

El posicionamiento, es un pilar básico para crear una imagen que haga al producto diferente a la competencia. Un mal posicionamiento puede destruir el producto.

Para posicionar a Frank Mayhem pueden usar tres tipos de posicionamiento, el primero, mediante una característica clave con la cual no hay que inventar ninguna característica diferente sino la hay, únicamente hay que resaltar alguna que no este explotada. También, el posicionamiento mediante asociación, ya que puede ser una buena estrategia el asociarlo con otros autores de corrientes iguales o parecidas, y esto se haría con bajo coste. Por último, se puede posicionar a través de los consumidores del producto, porque son escritos que en su mayoría van dirigidos a un sector específico de gente.

Debido a la gran cantidad de escritores que hay y más ahora con el auge de los jóvenes escribiendo por Internet, y sin tener creada su imagen y más sin ser aún conocido, no se puede hacer un posicionamiento. Así, una vez empiece a tener seguidores y a ser conocido puede posicionarse y hacer unas acciones que le lleven más a diferenciarse de la competencia y estar en la mente de los consumidores positivamente.



## Misión y visión

En primer lugar, hay que definir qué es la misión y qué es la visión y ver sus diferencias para poder explicarlas correctamente.

Para entenderlo mejor, y según (Guerras, Navas:2007) la misión es la identidad y personalidad de la empresa, justo en el momento actual, mirando hacia el futuro y es estable en el tiempo aunque puede ser replanteada como consecuencia de los distintos cambios del entorno. Responde a la pregunta: ¿cuál es la esencia de nuestro negocio y cuál queremos que sea? Es como una declaración de principios mediante la que una empresa o en este caso una persona, se presenta ante la sociedad.

Por otro lado, la visión es la imagen mental de lo que la empresa podría o debería llegar a ser en el futuro. En este caso, responde a la pregunta de: ¿cómo seremos, cómo deberíamos ser, qué queremos ser en el futuro? Debe ser una referencia, y una identificación de las diferencias entre la situación real y la que se quiere obtener, pero con una interpretación realista.

Pero estas definiciones son demasiado rectas e incluso anticuadas, así que para ver otro punto de vista más actual estas son las definiciones de Neus Arqués<sup>4</sup>:

La visión refleja tu mirada sobre el mundo. <<¿Qué es lo que de verdad me importa?>>  
La respuesta que demos a una pregunta tan esencial como ésta marca la dirección que nos lleva a descubrir cuál es nuestro espacio profesional. (Arqués, 2012:26).

Y la misión es la que:

Describe nuestra contribución al mundo y define los objetivos que nos marcamos.  
¿Qué puedes hacer tú para que el mundo que has visualizado sea un poco más real?  
Plantéate, aquí y ahora, cómo quieres ser recordado. ¿Cuál es tu legado? Tu misión debe apalancar tu visión y contribuir a que ésta se realice. (Arqués, 2012:27).

---

<sup>4</sup> Neus Arqués es escritora, conferenciante y analista digital especializada en el estudio de la identidad digital y de los cambios económicos y sociales que genera la red.

La misión de Frank Mayhem y lo que se pretende con sus relatos es ponerle al mundo “un espejo delante en el que puedan ver su alma reflejada” y sentirse totalmente identificados con lo que están leyendo. Por eso, no son lecturas que van dirigidas a todo tipo de públicos, ya que es especial para un nicho de mercado que en España en concreto está descuidado en este aspecto.

En cuanto a la visión, el propio Frank ha dicho que se ve cambiando a la humanidad y ayudando a los que se encuentran solos sin ningún apoyo. Pretende ser una vía de escape para aquellos que no encuentran el camino a seguir y se sienten incomprendidos.

## **Filosofía**

En cuanto a la filosofía que es: “la que define el sistema de valores y creencias. Se compone por principios, y se basa en saber quién somos y en qué creemos, descubrir los preceptos, compromisos y responsabilidades con el público.”

Su filosofía es la de unos valores propios que se basan en el respeto a sí mismo. Profundizando en su personalidad, se ve que es hombre con inmensas ideas pero que muchas no salen a la luz por miedo a la incomprensión. En sus creencias podemos destacar la doble moral de que pese a tener unos valores y una filosofía propia y arraigada, a veces es un poco contradictoria y se escapa de las corrientes habituales establecidas.

Su principio a destacar es la honestidad consigo mismo, con sus personajes, con sus escritos y con los lectores. Sabe que lo que escribe es bueno aunque también sabe que no es el mejor, y no tiene problema en manifestarlo. Otro principio es la



aceptación de que la sociedad es tal y como es, y de que nadie podrá cambiarlo. A esto hay que añadirle el principio de liberación de todo lo mencionado, a través de la creatividad, en la cual cree ciegamente como forma de liberación de la persona.

El escribir es una vía de escape para poder desahogarse y manifestar los sentimientos y el dolor interior. Se define como una persona honesta, realista y misteriosa.

Tiene el compromiso con su público de ayudar a los que se sienten solos e igual a él, teniendo como objetivo que sus relatos e historias sirvan para la satisfacción de sus lectores y como ayuda para desconectar del mundo real y del descontento que tienen con sus vidas y con ese mundo.

## **Análisis del contexto (Estudio de mercado)**

Para poder crear unas buenas estrategias y sus consiguientes acciones, primero hay que investigar a fondo sobre el tema, y a continuación, se resumen una pequeña parte del análisis que se ha elaborado a partir de libros y artículos. En esta investigación, se explica la importancia de crear y tener una marca personal, así como de tener presencia online. Brevemente se explica el nuevo tipo de consumidor y se habla de la tendencia de los jóvenes y la lectura, las editoriales y lo que buscan para publicar libros, y un recorrido efímero por la literatura y los escritores españoles en la actualidad.

### **¿Qué es una marca personal?**

En este sentido, encontramos que Schawbel y otros hablan de que: “Una marca personal consiste en descubrir certezas y particularidades de uno mismo y en transmitirlas a los otros.” (Schawbel y otros, 2009: 17). De esta manera, hay que empezar primero por conocer exactamente como es el producto y que hay que destacar de manera positiva de él y que es lo que hay que cambiar o disimular por ser negativo para su imagen. Hay que conocerse para saber que es lo que se quiere transmitir a los demás.

Asimismo, Schawbel en su libros de Yo 2.0 también cita que:

<<La marca personal describe el proceso por el cual individuos y empresarios se diferencian y destacan entre una multitud, identificando y expresando si propuesta de valor único, ya sea profesional o personal, que después promocionan en distintas plataformas, con un mensaje y una imagen consistentes que les permiten alcanzar una mete específica.

De este modo, los individuos pueden conseguir que se los reconozca cada vez más como expertos en su terreno, labrarse una reputación y credibilidad, fomentar su carrera y mejorar la confianza en sí mismo.>> (Schawbel, 2011: 22).

Por lo que hay considerar que la marca personal es la que añade valor a las personas y las diferencia de las demás, y que la imagen hay que promocionarla a través de diferentes canales construyéndose una buena reputación que les asegure el éxito en su carrera tanto personal como profesional.

## **Crear una imagen de marca personal**

Hoy en día es muy importante crearse una imagen personal, siendo uno mismo su propia marca que debe promocionar a través de distintos métodos. Pero para empezar a hablar de imagen personal hay que remontarse a lo que dice Arqués:

La primera referencia al concepto de marca personal la da el experto en marketing Tom Peters, en su artículo fundacional <<The Brand Called You>>. En él, apunta la teoría de que todos somos jefes de una empresa llamada Yo S.L. (Arqués, 2012: 21 y 22).

Según esto, todos debemos gestionar nuestra propia empresa que somos nosotros mismos y es muy importante saber hacerlo bien. Schawbel habla de los diferentes ámbitos en los que se habla y se utiliza la marca personal: “La expresión <<marca personal>> se utiliza en los ámbitos de las relaciones públicas, el marketing, las iniciativas empresariales, los medios sociales y otros, han surgido numerosas interpretaciones distintas a ella.” (Schawbel, 2011: 22).

Por eso, Arqués también dice que:

El modo como interactuamos con otros en los diferentes entornos (familia, trabajo, amigos, etcétera) determina la manera como los demás nos perciben. Gestionar esta percepción a fin de que coincida con nuestra realidad vital para por definir nuestra marca personal. (Arqués, 2012: 23).

La percepción que tienen los demás de nosotros va en función de cómo gestionamos la propia imagen, y en muchos casos la que se proyecta no es la imagen que uno quiere que los demás perciban y es entonces cuando hay que trabajar en ello y cambiarlo. Hay que destacar esto, porque la ventaja de Frank Mayhem es que todavía no ha formado ninguna percepción en el público, y esto es algo beneficioso para poder crear y proyectar una buena imagen desde el principio.

## **La importancia de la presencia online**

En la actualidad, si no te promocionas en Internet no llegarás a ser muy conocido, ya que encontramos que en la red está todo concentrado y que para buscar todo tipo de información se acude a ahí. Esto hace que todo el mundo esté interconectado y la persona que no lo está, queda fuera del círculo porque no comparte lo mismo que los demás. Todo esto hace que tanto las empresas como las personas que necesitan promocionarse o que quieren informar de algo u otro aspecto, tengan la necesidad de crearse perfiles en las redes sociales y de hacer una comunicación 360<sup>o5</sup>, para poder ser totalmente eficaz a la hora de conectar con el público.

En este sentido, encontramos a Sheehan que habla del cambio que hay en la comunicación entre empresas y consumidores, que están siempre conectados y en comunicación constante:

Las nuevas tecnologías de programación permiten la comunicación constante y continua entre las empresas y los consumidores en cada etapa del proceso on-line. También hacen posible que estos últimos manipulen contenido de las páginas web y contribuyan con sus ideas. [...] Hoy en día, millones de consumidores de todo el mundo pueden conectarse entre sí gracias a las redes sociales, las comunidades virtuales y demás herramientas interactivas presentes en las páginas web. (Sheehan, 2012: 10).

Además, añade la dificultad que hay para llegar a los consumidores, por toda la información que hay disponible en Internet, así como el poder que han adquirido los consumidores, que a través de la red tienen acceso a todo tipo de información:

La Red es un lugar complicado: aloja una enorme cantidad de páginas web, cada una de las cuales contiene montañas de información. Es, por definición, un espacio de interconexión: un lugar donde la gente que interacciona con él tiene gran cantidad de poder. (Sheehan, 2012: 56).

---

<sup>5</sup> Comunicación altamente proactiva, que gestiona de manera integrada y coherente todas las vertientes de la comunicación corporativa. Es una estrategia basada en el constante diálogo de las organizaciones con los públicos.

## **El nuevo perfil de consumidor**

Los consumidores han cambiado y han evolucionado gracias a los avances tecnológicos de los últimos años, y cada vez es más difícil sorprenderle con cosas nuevas. En la actualidad, lo más valorado y buscado es la creatividad de las acciones para poder llegar a los consumidores y hacerse un hueco en el mercado. La importancia del tiempo y de la instantaneidad también son factores que afectan en como ha cambiado el nuevo consumidor. De esto habla Rosales y dice:

El nuevo consumidor está acostumbrado a los mensajes retóricos y a la hipérbole publicitaria, y ya no le sorprende casi nada. Quizás por ello parece que algunas agencias de publicidad convencional han entrado en una espiral ascendente de disparates creativos; la cuestión es llamar la atención como sea, a toda costa.[...] el recurso más escaso del nuevo consumidor es el tiempo, por ello lo quiere todo al instante, rápido y sin esperas. (Rosales, 2010:28).

## **Los jóvenes y la lectura**

Aunque España no es un país lector, la mitad de la población no lee nunca o casi nunca, la lectura ha aumentado en los últimos años. Una de las explicaciones que da Ignacio Gómez Soto es que los libros que se leen son de lectura obligada, y esto hace que los jóvenes no se acerquen por gusto a la lectura.

Los jóvenes son criticados por haberse dejado llevar por la publicidad y únicamente leer lo que se les hace leer lo que está de moda, lo que tiene un buen marketing y unas buenas estrategias detrás, y no lo que ellos eligen.

Así, la cultura entendiéndose como el conjunto de valores, ideas y normas que se transmiten y que a su vez se producen y se desarrollan en pequeños grupos denominados subculturas, las cuales son un estilo de vida marcado por las cosas que se van adoptando en la vida diaria, debe modificarse de una manera creativa para atraer a los jóvenes a la lectura.

Desde el Instituto de Estadística de Cataluña<sup>6</sup>, encontramos algunos estudios sobre en que invierten el tiempo libre los jóvenes y sus prácticas culturales.

---

<sup>6</sup> A partir de ahora se hará referencia como Idescat.

En cuanto al estudio del tiempo libre, se hicieron encuestas a una muestra de 7.700 persona de 15 años o más, y que se consideran representativas para la población. Se les pedía que de manera espontánea dijeran actividades que habían hecho el día anterior y el fin de semana anterior. Aunque, el estudio es de 2006 y en 8 años la vida diaria ha cambiado bastante, se han introducido el uso habitual de las redes sociales, el país está en crisis y los gustos han cambiado, es interesante considerarlo.

Las actividades que ganan son pasear, reuniones o comidas familiares y mirar la televisión con un 22,7%, 20,5% y 15,9% respectivamente. Leer se encuentra en el cuarto lugar con el 11,2%. Por detrás de la lectura hay actividades como salir de bar y copas con un 10,6% o actividades de ordenador con un 5,3%. Si el estudio se hiciera ahora<sup>7</sup> sería bastante diferente, ya que las actividades de ordenador tendrían un mayor porcentaje, causado a que actividades como ver la televisión o leer se hace a través de estos aparatos electrónicos.

También, encontramos un estudio sobre las prácticas culturales de Cataluña que proviene de la encuesta de consumo y prácticas culturales realizada por el Departamento de Cultura en colaboración con Idescat. La muestra es representativa de 7.700 de 15 años en adelante. Así, el 74% de los entrevistados había leído libros en el último año, y únicamente el 19,8% había escrito algo, ya fuera un diario personal, un artículo, un relato o cualquier otra cosa. Al compararlo con la música es sorprendente ver como el 95'9 sí que habían escuchado música.

Hay que hablar del fenómeno de la revolución digital, con la que la mayoría de los jóvenes prefieren leer libros a través de sus ordenadores, *ebooks* o *tablets*, dejando de lado los libros en papel que tienen además, un precio mucho más elevado. Todo esto constata lo que se ha explicado más arriba, la importancia de la presencia online para ser más accesible al público en general.

---

<sup>7</sup> Este estudio tiene una duración de 5 años.



## Las editoriales

Los libros, como la mayoría de los productos, se compran porque antes nos lo han vendido: “Un mercado sobresaturado con todo tipo de artículos que se presentan como “necesarios” para el consumidor gracias al reclamo publicitario ”(Navarro Martínez, 2008: 253). Esto hace que en vez de publicarse libros por ser un arte literario, simplemente se hace porque son comerciales y fáciles de vender. No se valora el arte, se valora la comercialización de los libros para las editoriales. Esto hace que la literatura este en peligro de convertirse en una moda que dicta el negocio de las editoriales y que además provoca que el gusto de los consumidores este condicionado también por ellas, y la manera en que publicitan los libros. Los lectores se guían por los premios literarios y por la propaganda editorial a la hora de comprarse un libro, haciendo que los escritores se hayan convertido en fichajes<sup>8</sup> para las editoriales.

En este apartado, es interesante ver los libros que se publican tanto en España como en Cataluña. La fuente es Idescat pero a utilizando datos del Instituto Nacional de Estadística. Hay que explicar que según la UNESCO se considera producción editorial los títulos formados por libros y folletos que comprenden publicaciones no periódicas impresas, editadas en el país y puestas a disposición del público e incluidas en la bibliografía estatal. Se excluyen las publicaciones publicitarias de carácter efímero, obras musicales y producciones cartográficas. Se incluyen las publicaciones oficiales, libros de texto, tesis doctorales y otras. Así, el total en 2012 fue de 18.767 publicaciones de las cuales 9.326 eran en catalán.

Los editores también sufren si los escritores no venden porque pierden dinero. Así, algunas de las editoriales que publicaron autores jóvenes, destacan por ser las más grandes del país: Destino, Alfaguara, Debate, Lengua de Trapo y Anagrama. Éstas mantienen la opinión común de que con los autores jóvenes, ahora en España se lee más, y es que el fenómeno radica en que son jóvenes escritores que escriben para el público joven, y esto crea una gran conexión entre ambos y un interés debido a la proximidad.

---

<sup>8</sup> Fichajes representados por agentes literarios que negocian con las editoriales sumas millonarias.

Hay editoriales que se han creado para acoger a los jóvenes escritores, un ejemplo es Literatura, una editorial que se define como urbana, realista y *underground*. Su objetivo es promocionar a escritores que van más allá de lo puramente comercial, la esta editorial los considera escritores malditos y únicamente edita los libros en *epub* o *pdf*, es decir, digitalmente dejando fuera de lugar al papel.

### **Literatura y autores actuales en España**

La presente situación del país que provoca el desanimo de muchos, es una oportunidad para quien lo sabe aprovechar. Es el momento de que los jóvenes con innovación y creatividad, junto con la energía propia de su edad, cambien este mundo y no se dejen llevar por la gente que intenta desmoralizarlos. Hay que separarse de la gente negativa que lo ve todo negro y no deja que avancemos, cuando el mundo está lleno de oportunidades que únicamente hay que saber aprovecharlas en el momento oportuno. Apoyando esto del momento actual podemos encontrar:

La literatura del presente conjuga mejor con imaginación y creatividad que con rutina parasitaria o epigonismo involuntario; no hay lugar para la depresión ni el desanimo (por mucho que siga siendo la resobada cantinela de muchos comentaristas o de autores que han dejado de leer hace mucho tiempo). (Gracia, J., Ródenas, D. 2001: 973/974).

Las nuevos medios para comunicarse y compartir la información, también hacen que los nuevos géneros literarios sean distintos a los anteriores, porque están cambiando incluso los medios para compartir y leer los libros. Las librerías ya no son un punto de encuentro para los amantes de la lectura, ahora se encuentran dispersos en la red, en distintos foros, blogs, páginas web y redes sociales en general: “los nuevos modos de producción, circulación, lectura y estudio teórico y crítico de formas de literatura nacidas en los entornos de la comunicación digital.” (Pozuelo Yvancos, J.M. 2011: 710)

Es interesante comentar que se han creado grupos especializados en toda la cultura que se mueve por Internet, esto se debe a la dificultad que hay para controlar todo el contenido que circula y más a la velocidad con la que lo hace. Hay una necesidad de traducir e interpretar toda la información cultural para ver cuales son los gustos y tendencias de la sociedad en este ámbito. Un ejemplo de estos grupos lo encontramos en el libro de Historia de la literatura española: “Hay ya grupos de investigación especializados en cibercultura, como el denominado *Hermeneia* que coordina Laura Borràs en la Universidad de Barcelona; desde su mismo nombre evidencia la necesidad de contemplar este nuevo campo como un desafío hermenéutico”.(Pozuelo Yvancos, J.M. 2011: 710/711).

Por otro lado, se considera que los escritores actuales:

Más que unos rasgos literarios comunes, comparten ciertas características vitales: el llamado *baby boom*, el acceso tardío al mercado laboral o la imposibilidad de acceder a los puestos más altos en las diferentes profesiones debido al tapón generacional que han causado los nacidos inmediatamente antes que ellos. (De Urioste Azcorra, C. 2009:73).

Esto los influye para que escriben de la misma forma y lo utilicen como una manera de escapar y de desahogo ante el descontento que tienen con el mundo que les ha tocado vivir.

Pero no se debe encasillar a todos en el mismo género, hay algunos que habiendo nacido en la misma época y con los mismo problemas, no comparten exactamente el mismo estilo por ello, como dice De Urioste Azcorra, C. (2009:74) “es necesario reconocer la evidencia de ciertas marcas existenciales en escritores que, perteneciendo al grupo de escritores jóvenes, no comparten totalmente la estética del realismo sucio o de la generación X”.

Así, nos encontramos con dos tipos de narradores españoles también según De Urioste Azcorra, C (2009:74) “los narradores españoles de los noventa a la producción de textos hiperrealistas o <<verdaderos>> [...] y por otro se puede situar a los escritores con una visión esteticista de la realidad y de la escritura”.

## El futuro de la literatura y las editoriales en España

Son muchos expertos los que comentan que la literatura española no tiene futuro y que está muy anticuada, y es que los datos por sí mismos ya son desalentadores, ya que, únicamente el 1% de las personas que quieren triunfar escribiendo lo consiguen con éxito.

Actualmente, España es el segundo país de Europa que más libros traduce (1 de cada 5) frente al Reino Unido que traduce 1 de 50, y todo esto a quien más perjudica es a los jóvenes.

Las grandes editoriales no quieren arriesgar en autores noveles, por lo que de ahí nace la importancia de las librerías y editoriales independientes, que son las que más están por la labor de buscar y descubrir nuevos valores de la literatura.

Mirando al pasado, en los años sesenta hubieron sesenta autores nuevos mientras que en los setenta, cuarenta más. En cambio, de los nacidos en los ochenta, sólo cuatro autores. Esto son datos importantes, ya que pueden mostrar que la literatura del futuro puede estar en otro lugares, en Internet y las redes sociales por ejemplo.

Si se miran los dos últimos años, de 259 títulos publicados en español, de los cuales 164 son autores españoles y 87 nacidos en países latinoamericanos, sólo 11 son de autores noveles, algo que desilusiona a los jóvenes que se quieren decantar por esta profesión.

Como se puede ver en el gráfico<sup>9</sup> de la derecha, la prácticamente todos los libros que han publicado algunas de las editoriales más importantes de nuestro país, son de autores veteranos y sólo en algunos casos han hecho alguna publicación de autores noveles.



Además, a un autor no le basta con creer que lo que ha escrito es lo mejor, necesita a alguien que lo comunique, un representante que defienda a su cliente vendiéndolo de forma que las editoriales quieran apostar por él, y es una de las cosas que se pretende en este plan de comunicación, como se vera más adelante.

<sup>9</sup> Datos y gráfico extraídos de la fuente: El confidencial.

## Literatura de Frank Mayhem

Es muy difícil situar a un escritor en una corriente o generación de escritores determinada, ya que para ello hay que hacer un estudio en profundidad de su literatura, más allá de la observación y de lo que puede mostrar a simple vista. En este trabajo se ha intentado aproximar la literatura de Frank Mayhem con algunas corrientes a



través de distintas características que se perciben a leerlo, aunque no cumple todos los requisitos para pertenecer o encasillarlo en una única corriente literaria.

Los relatos, poesías y demás escritos de Frank Mayhem se asemejan al género literario de la generación X y a toda el género predominante en la sociedad contemporánea, también al realismo sucio y al nuevo movimiento llamado Alt Lit. A continuación, se exponen algunos fragmentos del libro de Novela y Sociedad en la España contemporánea, en el cual explica muchos rasgos que se encuentran en el protagonista de este trabajo.

En mucho de sus relatos se pueden ver personas que están dominadas por las drogas, el alcohol y que no tienen un futuro claro. También se puede encontrar violencia en varios ámbitos como explica el fragmento siguiente: “una violencia que parte de sentimientos, acciones o sensaciones socialmente aceptados para llevarlos a extremos desacostumbrados, de manera que se puede hablar de amor violento, olores violentos, arte violento, ambientes violentos y amistades violentas, entre otras manifestaciones sociales.” (De Urioste Azcorra, C. 2009:159)

Todo lo que escribe son sentimientos humanos llevados a la exageración y que resulta violento leer, si no se está preparado puede afectar incluso a la sensibilidad de la persona. Son sentimientos internos que poca gente es capaz de externalizar y que socialmente están mal vistos como también explica De Urioste Azcorra (2009:159/160):

Este tipo de violencia consiste en la manifestación externa de una serie de emociones

internas – como son la pasión, la ira y el odio- hasta cierto grado naturales en el ser humano si bien pueden ser exacerbadas o mitigadas por el entorno social. [...] la reacción individual a las normas puede ser de acatamiento o de inversión de las mismas, caso este último en el que se producen conductas desviadas con mayor o menor grado de violencia como, por ejemplo, la obsesión, el sadomasoquismo, el homicidio, el alcoholismo, las ludopatías y el suicidio.

A continuación se explican de manera breve las corrientes y estilos a los que se puede comparar Frank Mayhem y que perfiles de escritores son. En la actualidad es lo que leen los jóvenes en España, y son lo que más demandan las editoriales, sobre todo las nuevas y más alternativas para poder conseguir ventas.

## La generación X

La generación X<sup>10</sup> como se le conoce en España o Generación Nada, como se la conoce en los Países Bajos, es una corriente que se extendió por todo el mundo y que aun hoy día se reconoce aunque en menor grado. Los dos acontecimientos que se consideran el punto de partida según (Navarro Martínez, 2008) son la publicación en 1991 de la novela de Douglas Coupland, Generación X y el gran éxito “Smell like teen spirit” de Nirvana<sup>11</sup> también en ese año.

Son jóvenes nacidos entre los 60 y los 80 y que se caracterizan por diferenciarse en pensamiento, actitud y posibilidades ante la vida, de las generaciones anteriores a ellos. Tiene pocas esperanzas de futuro y su juventud se alarga por la falta de salida laboral, son personas indecisas y se preocupan por causas sociales. Esto no queda tan lejano a lo que está viviendo España en estos momentos, y sobre lo que escriben los jóvenes actualmente. Este perfil de escritor, lo describe muy bien Navarro Martínez (2008:27):

Jóvenes que cuentan entre 25 y 36 años y que ofrecen su visión de lo que es “sobrevivir” en España después de haber abandonado el nido familiar. Los rasgos son similares: una juventud independiente, solitaria, individualista, pero a la que le gusta rodearse de amigos, que carecer de héroes y de juicios morales (la moral se individualiza también), que tiene que enfrentarse al competitivo mundo laboral que le han dejado sus mayores y que se muestra escéptica hacia el sistema en el que vive y los poderes que lo rigen.

Hay que señalar que no sólo destaca el género por su rasgos cercanos y duros, ya que es porque está escrito por jóvenes y está dirigido a un target también joven. ¿Quién mejor para entenderse, comprenderse y apoyarse, que dos personas que piensan y viven lo mismo? :

El segundo factor señalado es el de “haber sabido descubrir un público joven”, pues como bien apuntó el editor Constantino Bértolo, la novedad de este fenómeno no reside en que los escritores seas jóvenes (ya que esto es algo ocurrido a lo largo de toda la historia de la literatura), sino el de tratarse de escritores jóvenes que escriben sobre jóvenes y que, por lo tanto, atraen a un público lector que se siente reflejado en lo que lee. (Navarro Martínez, 2008: 20/21)

---

<sup>10</sup> Xers, representan algo negativo.

<sup>11</sup> Kurt Cobain es considerado a partir de su suicidio el “mártir” de esta generación.



Además, Navarro Martínez (2008) considera que son escritores que buscan y quieren ser diferentes, no siguen la corriente principal también denominada *mainstream*, lo único que les preocupa son sus ideales y ser fieles a si mismos (p. 21).

Hay una descripción que hace también en su libro “La novela de la generación X”, que es exactamente lo que esta generación reclama y hace:

Herederas del rock and roll, la gran influencia de la cultura anglosajona que presentan tanto en la lengua como en los temas que tratan, y el ser relatos light, que leen rápido y en cualquier sitio [...] las drogas y el alcohol se convierten, a menudo, en estimulante para salir del vacío, y encontrar una identidad en muchos casos anulada. (Navarro Martínez, 2008: 30).

Estamos en la época de la instantaneidad, ya no se leen más de cinco líneas a no ser que sea algo que de verdad interese y el tiempo es el bien más preciado, por eso se buscan cosas rápidas de leer. Además, el malestar generalizado junto con la incertidumbre de su futuro, hace que encontrar en la literatura personajes más perdidos que los propios lectores, resulta algo reconfortante y satisfactorio de leer.

Otro aspecto que hay que destacar porque se asemeja al estilo de Frank Mayhem es el uso de un lenguaje muy coloquial, en su libro Navarro Martínez lo explica así: “en la introducción de un gran número de neologismos, de la lengua coloquial y el argot de algunas zonas y el lenguaje de las marcas; pero muy poético también en algunos de los casos.”(Navarro Martínez, 2008: 31)

Por último, decir que esta corriente literaria de la generación X nació y murió en los noventa. En España murió en 1998 exactamente y a través de un artículo.

## El Minimalismo

El Minimalismo o *minimalist/minimal* está presente en la literatura de la generación que popularizó Hemingway, y en otras artes. Proviene de la arquitectura y empezó en primer lugar a difundirse en Estados Unidos a partir de los años 60. Es la tendencia que reduce todo a lo esencial, su carácter es austero, despojado y el ejemplo más extremo es *Breath* de Samuel Becket 1969, que no tiene ni personajes ni palabras.

Así, el Minimalismo explica fragmentos de la vida. La raíz de este movimiento está en la obra de Ernest Hemingway en su *"Hills Like White Elephants"*, en el que el lector tiene que interpretar muchas respuestas que se dejan en el aire. Se caracteriza por escribir poco y casi nada, ayudando a dejar volar la imaginación.

Hay seis premisas que deben tener estos autores según Antón Chévoj<sup>12</sup>:

- Nada de efusiones verbales político-económico-sociales
- Objetividad de principio a fin
- Veracidad y realismo en la descripción de personajes y cosas
- Extrema brevedad
- Audacia
- Trabajar con responsabilidad y distracción permanente a la vez

Uno de sus escritores más famosos fue Raymond Carver aunque más tarde se le nombro por algunos críticos como el padre del Realismo sucio.

En España este movimiento no se ha conocido como tal, ya que no hay referencias sobre él. En cambio, si lo hay del movimiento contiguo que nació gracias al minimalismo: el realismo sucio.

---

<sup>12</sup> Médico, escritor y dramaturgo, maestro del relato corto.

## **El Realismo Sucio**

El Realismo Sucio o *Dirty realism* es un movimiento literario que nació en Estados Unidos en 1970 aproximadamente. Es una derivación del minimalismo y se caracteriza por frases, relatos cortos y por hacer una descripción del mundo que envuelve al personaje de manera vulgar, soez y objetiva. Refleja un mundo gris y una rutina muy cercana a la realidad. Asimismo, se acerca a posturas filosóficas nihilistas y son historias que siempre dejan un final abierto. Su éxito y por lo que destaca, es por explicar historias que todos hemos vivido o que a todos nos podría pasar. El lenguaje es directo y llano, prescindiendo del exceso de adjetivos. Los protagonistas de las historias son anti-héroes, ya que son personas perdidas, ausentes, desesperadas y fracasadas.

Destaca también la casi exclusiva de relatos cortos y que el uso de adverbios y adjetivos es mínimo. Enfatiza relatos desgarradores, violentos, exaltan la una cruda y sucia realidad gris, son sexistas y políticamente incorrectos. Pretenden escandalizar a los que piensan de “otra manera” como ellos. No son historias de amor ni de honor, son historias que quieren mostrar la crudeza y la maldad social del mundo. Es una narrativa directa donde abundan las palabrotas y características gramaticales peculiares. Los escritores de este movimiento dicen que escriben de esa manera tan sucia porque la realidad es así de sucia.

En España, desde principio de los noventa se les llama realistas sucios a los escritores nacidos entre 1960 y 1975, pero pocos explicaban de una manera convincente esta literatura. Roger Wolfe se considera en España como el discípulo aventajado de Charles Bukowski. Los autores españoles, además de Roger Wolfe, que destacan en este movimiento son entre otros: Karmelo Iribarren, Héctor Álvarez Sánchez, Ray Loriga, Raúl Nuñez y David de la Rosa.

## La Generación Beat

La Generación Beat, en inglés Beat Generation, hace referencia a un grupo de escritores estadounidenses de la década de los cincuenta y el fenómeno cultural sobre el que escribieron. Antecede al movimiento *hippie* y destaca por el uso de drogas, gran libertad sexual y el rechazo de los valores del país.

Escribían prosa y poesía y compartían unas aficiones y fuentes de inspiración tales como el jazz. Se apodaron beat por el significado de cansado o abatido de *beat down*. Su estilo fue absorbido por la cultura de masas, aunque mientras duró, algunos de sus libros se convirtieron en obras de culto para la juventud.

Sus suplicas hacia la liberación espiritual derivó en muchas libertades: liberación de la mujer, el ascenso de la cultura *hippie* y la liberación de los homosexuales. Influyó en personajes como Bob Dylan, Tom Waits y Arthur Lee entre otros.

Las principales obras de este movimiento son “Aullido” de Allen Ginsberg, “En el camino” de Jack Kerouac y “El almuerzo desnudo” de William S. Burroughs. Su influencia se pudo seguir viendo años después derivando en otros movimientos como por ejemplo en la música con la evolución del pop y el rock.

### El Alt Lit<sup>13</sup>

Nacida en Canadá, debido a comunidades de jóvenes escritores cuya difusión debe agradecerse a blogs como *Hazlitt*, y los *tumblrs de Alt Lit Gossip o Metazen*, páginas dedicadas a promocionar a los jóvenes creadores, donde comparten todo tipo de escritos.

Es una tendencia común que se está produciendo en todos los jóvenes del mundo, son la denominada “Generación perdida”<sup>14</sup>. Se trata de utilizar Internet y todas las redes sociales para publicar sus escritos y opiniones y así aprovechar la difusión de la globalización y poder ser leídos por personas de cualquier parte del mundo.

Escriben cosas desgarradoras, siempre con un tono duro y de reivindicación, y tratan de temas como drogas, sexo, venganza, resentimiento, y siempre usando un tono crudo y sencillo.

Con este género, han transformado la literatura en una terapia universal en la que todos se ayudan a superar los problemas propios y del mundo. La mayoría de las autoras/es de este movimiento son yanquis, aunque también tiene escritores conocidos que son canadienses y poco a poco se está adaptando este género a nuestro país. Es fácil definir este movimiento como el aprovechamiento de todas las posibilidades que ofrece Internet con la creación y publicación de la literatura y cultura que puede ser fácilmente compartida.

Muchos expertos españoles opinan que es una literatura que ha surgido como el resultado del trabajo de autores jóvenes, ya que muchos rondan la veintena, que han hecho ruido en internet y que al no tener cabida en ningún lugar pero si muchos seguidores, han creado sus propias editoriales y círculos.

Está alimentado principalmente por las redes sociales donde cada autor se autogestiona todo el contenido, por eso, muestra la libertad de expresión que hay en Internet y las redes sociales, mostrando una literatura alternativa a la tradicional.

---

<sup>13</sup> Alternative Literature. Movimiento literario promovido por los escritores más jóvenes del mundo anglosajón.

<sup>14</sup> Fue un movimiento literario. Actualmente es España se denomina así a los jóvenes que tienen entre 16 y 29 años que están desempleados y sin expectativas de futuro.

Habla de miedos y fobias comunes a los pertenecientes y simpatizantes al movimiento. Los protagonistas se muestran con pocas o nulas expectativas de futuro y supervivencia.

El máximo exponente de fenómeno ahora es Tao Lin, aunque la escritora más reconocida internacionalmente es la canadiense Sheila Heti. También hay que destacar a Gabby Bess, Lena Dunhan, Owen Jones, Guillaume Morissette, Frank Hinton entre muchos otros. Tao Lin es el escritor más representativo de este “nuevo minimalismo” y usa el estilo propio de Internet para llegar a lectores que rondan la veintena y que se sienten solos.

En España, María Yuste, Carlos González Fuertes, Antonio J. Rodríguez y Luna Miguel son cuatro jóvenes de entre 23 y 26 años que defienden este movimiento y son muy seguidos en sus redes sociales.

Ahora es la época del “yo” abierto, compartido, de la tendencia hacia el nosotros. Esto crea la necesidad de querer obtener “me gustas” o “likes” en todo lo que se comparte en las redes sociales. Este movimiento, es rompedor y transgresivo, busca la naturalidad, haciendo nuevas formas de literatura en una época en la que la velocidad a la que evoluciona todo hoy en día, hace que cada vez la sociedad sea más inmune al impacto. Se ha creado todo un mundo paralelo en la redes sociales y blogs.

La importancia del Alt Lit no es el contenido en sí mismo, es el fenómeno que ha provocado y la muestra de descontento e inconformismo que hay. Por otro lado, hay que comentar la controversia entre los escritores y lectores tradicionales con este nuevo movimiento totalmente distinto.

## **Competencia de Frank Mayhem**

En España la media de edad de los escritores que publican libros es de 55 años<sup>15</sup>, por lo que son autores que no tienen empatía con la juventud y que en la mayoría de los casos no son leídos porque los jóvenes no se sienten identificados.

Con Internet y las redes sociales como se ha comentado en apartados anteriores, han aparecido muchos escritores jóvenes que escriben para gente joven, y que escriben y comparten sus contenidos a través de la red, con el objetivo de llegar a más gente.

Los relatos y la literatura en general que está surgiendo en Internet, juntos con el descontento social y la facilidad de acceder a los nuevos medios, hace que los jóvenes lean cada vez más en este soporte y se sientan libres para opinar y compartir.

Por eso, actualmente Frank Mayhem tiene mucha competencia en cuanto a la gran cantidad de contenidos que se formulan diariamente, por lo que sería muy difícil poder explicar todos y cada uno de los autores que publican material en Internet. A continuación se nombran y en algún caso se explica efímeramente algunos de los competidores directos, indirectos y substitutivos.

---

<sup>15</sup> Dato extraído de un artículo de la revista PlayGround.

## Competencia directa

Como competencia directa debemos considerar todos los autores, vivos o muertos, que ofrecen la misma o parecida literatura y estilo que Frank Mayhem. Al haber tantos escritores y ser un mundo tan amplio, se han elegido los que más se asemejan y los que más han influenciado a nuestro escritor a la hora de crear su estilo propio. Son en su mayoría autores del Realismo Sucio y de la Generación X.

Así, a continuación se nombran y explican brevemente:

- Charles Bukowski (1920-1994). Fue escritor y poeta nacido en Alemania pero considerado estadounidense. Con más de cincuenta libros e incontables relatos cortos y poemas, su estilo es frecuentemente imitado. Es uno de los escritores más influyentes del Realismo Sucio y la literatura independiente siendo sus obras traducidas a decenas de idiomas. Mostraba inconformismo de la cultura, desafiaba la sexualidad y el consumo de alcohol y drogas sin medida. Usó a Henry Hank Chinaski como su *alter ego*<sup>16</sup>. El más conocido de sus volúmenes donde se recogen algunos de sus cuentos es "Erecciones, eyaculaciones, exhibiciones" (1992).
- Chuck Palahniuk (1962). Es un novelista satírico y periodista independiente estadounidense. Su novela más famosa y por la que es conocido es "El club de la lucha". Escritor de los llamados "de culto"<sup>17</sup>, es uno de los novelistas más importantes de la Generación X. Sus personajes son gente marginada por la sociedad, agresiva y autodestructiva. Uno de los aspectos más comunes de su estilo son las repeticiones de ciertas frases en el relato de las historias. Sus obras han sido calificadas de nihilistas<sup>18</sup> y él se ha defendido diciendo que es un romántico.
- Irvine Welsh (1958). Escritor y dramaturgo escocés contemporáneo, conocido por su obra "Trainspotting". Considerado un autor "de culto", se caracteriza por ahondar en la vida diaria, sucia y realista de la sociedad. Transcribe el dialecto escocés fonéticamente ignorando la ortografía, lo que dificulta la lectura a los no escoceses.

---

<sup>16</sup> Según la RAE: Persona real o ficticia en quien se reconoce, identifica o ve un trasunto de otra.

<sup>17</sup> Según la RAE: Admiración afectuosa de que son objeto algunas cosas. Con cultura de estilo.

<sup>18</sup> Según la RAE: Negación de todo principio religioso, político y social.



- Ernest Hemingway (1899-1961). Escritor y periodista americano considerado clave en la novela contemporánea del siglo XX y uno de los principales novelistas y cuentistas. Perteneció a la llamada generación perdida. Su primer éxito y más importante lo consiguió con “Fiesta” calificada de apasionante a la vez que dura. Ha sido imitado pero también rechazado por muchos.
- Raymond Carver (1938-1988). Escritor y poeta americano y uno de los máximos exponentes del minimalismo y del realismo sucio. Fue maestro de los relatos cortos con su técnica directa y escueta y sus cuentos que reflejaban dramas triviales y catástrofes de la gente más común, mostrando gente alcohólica, solitaria, desempleados, etcétera.
- Aldous Huxley (1894-1963). Conocido por sus novelas y ensayos, también publicó relatos cortos y poesías. Ejerció de crítico de los roles y normas sociales. Ha sido influyente en el pensamiento moderno. Se hizo famoso con la obra “Un mundo feliz”, libro que ofrece una mirada pesimista del futuro, la deshumanización de la tecnología y sus obsesiones más conocidas.
- José Ángel Mañas (1971). Es un escritor español que se ha hecho famoso con su novela “Historias del Kronen”. Es el padre de la generación X, corriente que empezó en los 90 y que se basa en el realismo sucio, crudo, cercano, demasiado en ocasiones. Usa un lenguaje actual, cercano, y ágil.
- Tobias Wolff (1945). Autor de novelas y relatos cortos, destaca por su escritura minimalista en detalles. Narra historias del día a día con lenguaje cotidiano mezclado con sentido del humor.
- Roger Wolfe (1962). Poeta, novelista y ensayista inglés que reside en España y escribe en español. Su estilo está considerado dentro del Realismo Sucio. Ha traducido entre otros a Bukowski.

Por otro lado, también hay otros autores que son competencia directa a Frank Mayhem pero aunque no son tanto el estilo “vieja escuela”, son jóvenes que escriben para jóvenes y muchos son seguidos por miles de personas en sus redes sociales y

blogs. En su mayoría son autores del movimiento Alt Lit, que aunque están pisando fuerte, no tiene un estilo tan directo y duro como el protagonista de este trabajo.

Así, algunos de los autores más importantes son:

- Tao Lin (1983). Es novelista, ensayista, poeta y escritor de relatos. Es el máximo representante de la ficción alternativa, empezó siendo conocido como el primer ciberliterato, ahora se le conoce como el más representativo del nuevo minimalismo. Usa personajes con dudas existenciales, inactivos y desencantados con todo. Su tercera novela se llama Taipei, un libro sobre jóvenes apáticos. Usa un vocabulario básico, sencillo y sin la búsqueda de descripciones originales.
- Juliet Escoria (1988). Autora norteamericana que acaba de publicar su primer libro "Black Cloud", que recoge relatos sobre la angustia femenina y la brutalidad de la gente joven. La editorial que lo ha publicado es *Civil Coping Mechanisms*. Bajo el peso del sexo y la droga, usa personajes que pueden ser su alter ego o el de millones de jóvenes que se sienten identificadas.
- Irene X (1990). En redes sociales más conocida como "Maggiestonem", se abrió un blog empezó a promocionarse por Twitter y ahora ha publicado un libro que está teniendo mucho éxito en nuestro país "El sexo de la risa" con la Editorial Origami. Es la poeta y bloguera más leída en España atrayendo a jóvenes que rondan los veintitantos, principalmente chicas.
- Luna Miguel (1990). Poetista, articulista, asistente editorial y embajadora del Alt Lit en España. Usa la provocación y va más allá de los límites establecidos.
- Gabby Bess (1993). Su libro "Alone with other people" está triunfando. Lanza una risa sana, reivindicativa y de manera inteligente. Habla de la fortaleza de la mujer y la juventud.
- Ben Brooks (1992). Joven y con gran experiencia, en sus libros habla de drogas, alcohol y sexo. Su libro más reciente "Lolito". Su historia es el sueño de cualquier escritor joven que quiera triunfar.

- Ana Carrete (1985). Es una de las voces más singulares de norteamérica, retrata los miedos y angustias de la nueva generación de jóvenes. Ha publicado de momento un único libro "Baby babe", pero ha escrito varios cuadernos de poesía.

### **Competencia indirecta**

En la competencia indirecta, se sitúan los autores más leídos en España, pero que escriben un estilo distinto a Frank Mayhem, por lo que, no le influyen directamente a la hora de quitarle lectores.

Como hemos visto en uno de los apartados anteriores<sup>19</sup>, se publican muchos libros y hay muchos autores con estilos distintos, por lo que sería prácticamente imposible poder nombrarlos y explicarlos todos en este trabajo, por eso, se hace una breve pincelada de los 10 autores más importantes y que más han vendido en España durante el último año.

Los 10 libros más vendidos en desde enero hasta mayo de 2014 son:

- Yo fui a EGB, Jorge Díaz y Javier Ikaz
- El juego de Ripper, Isabel Allende
- La jungla de los listos, Miguel Ángel Revilla
- Dispara, yo ya estoy muerto, Julia Navarro
- No estamos locos, Gran Wyoming
- La verdad sobre el caso Harry Quebert, Joel Dicker
- Cincuenta sombras de Grey, E.L. James
- La ladrona de libros, Markus Zusak
- El francotirador paciente, Arturo Pérez-Reverte
- El cielo ha vuelto, Clara Sánchez

Los 10 libros más conocidos de la literatura en español son:

- Don Quijote de la Mancha, Miguel de Cervantes (1605)
- Cien años de soledad, Gabriel García Márquez (1967)
- El capitán Alatriste, Arturo Pérez Reverte (1996)
- Rayuela, Julio Cortázar (1963)
- La mujer habitada, Gioconda Belli (1988)
- Pedro Páramo, Juan Rulfo (1955)
- La sombra del viento, Carlos Ruiz Zafón (2001)
- La casa de los espíritus, Isabel Allende (1982)
- Los detectives salvajes, Roberto Bolaño (1998)

---

<sup>19</sup> Apartado: El futuro de la literatura y las editoriales en España, página 24.

- Veinte poemas de amor y una canción desesperada, Pablo Neruda (1924)

Por último, nombrar a los escritores más famosos de la literatura española que aunque ya no vivan, siguen siendo muy leídos y recomendados sobre todo académicamente y son:

- Miguel de Cervantes Saavedra, el más influyente y famoso de España. Conocido por sus novelas, también era poeta, dramaturgo y pintor.
- Hernán Cortés, militar español con protagonismo en la Conquista de América y estudiante de la Universidad de Salamanca.
- Benito Pérez Galdós, el más prolífico novelista español del realismo.
- Tomás de Iriarte, escribió poesía y comedias y hacía traducciones de obras de teatro.
- Leandro Fernández de Moratín, dramaturgo representante del teatro neoclásico.

También hay que destacar algunos autores importantes que encabezan listas mundiales de literatura y que aún siguen vivos como:

- Ana María Matute, aún está viva y es una novelista española miembro de la Real Academia Española y es la tercera mujer que recibe el premio cervantes en 2010.
- Juan Marsé, novelista de la llamada Generación de los 50 y premiado con el premio Cervantes en 2008.

### **Competencia substitutiva**

La competencia substitutiva en este caso, sería otras formas de pasar el tiempo libre pero sin leer, es decir, otras cosas que hace la gente para gastar su tiempo libre en relación con la cultura pero que no es la lectura. Así, actividades como el cine, el teatro o incluso la televisión serían competencia porque son artes que substituyen a la lectura.

Como se ha visto antes en el apartado de los jóvenes y la lectura, hay prácticas culturales que superan a la lectura como es el caso de la televisión.

### **Conclusiones sobre la competencia**

Como se ha podido ver, el mundo de la literatura es muy amplio y la competencia también. Es difícil entrar y también es difícil mantenerse en la cima, pero con las nuevas tecnologías es más fácil llegar a más lectores y eso es algo positivo. Además, aunque la competencia es amplia, hay muchos estilos y maneras de escribir diferentes que hacen que cada lector busque cosas distintas para leer y pasar su tiempo libre.

## **Análisis de los públicos (Stakeholders)**

Los Stakeholders son receptores activos que comparten un interés y que tienen la capacidad para poder influir en otras personas. Así, en este caso, son personas que tienen un interés común con Frank Mayhem y con lo que hace y son:

- Opinión pública. La opinión pública es el *stakeholder* más importante, ya que dependerá de sus comentarios y críticas que se difunda y se aprecie la literatura del novel escritor.
- Administración. Hay que hacer trámites con la administración, como por ejemplo registrar los relatos, poesías y libros como propiedad de Frank Mayhem con derechos de autor para que no puedan ser copiados.
- Amigos y conocidos. Los amigos y conocidos tienen mucha importancia para ayudar a difundir todo el contenido. Son los primeros que lo van a leer y que deben ayudar a que más gente pueda hacerlo.
- Bloggers. Los bloggers tiene mucha influencia actualmente en la sociedad, sobre todo en los jóvenes. Por eso es importante contactar con ellos para que puedan hablar del escritor y ayudar a potenciar y conseguir notoriedad.
- Librerías independientes. Las librerías independientes son las que tienen a la venta libros alternativos y del estilo de la literatura de Frank Mayhem. Por eso son un punto de apoyo que pueden ayudar bastante a llegar a más gente.
- Bibliotecas. A las bibliotecas va todo tipo de gente, pero en muchos casos va gente que le gusta leer y la cultura en general. A través de ellas también es más fácil llegar a los lectores, aunque no sean el target principal al que se quiere llegar.
- Bares que colaboran con los FreeBooks. Hay bares alternativos e independientes que promocionan la lectura y la cultura. Este tipo de establecimientos también es un buen *stakeholder* que puede llegar con facilidad al target.

- Personajes que potencien la lectura y la cultura. Buscar el apoyo de personas como Carmen Balcells<sup>20</sup>
- Asociaciones de escritores. Los distintos escritores, también son stakeholders de la profesión y pueden ayudar colaborando con el escritor o haciendo recomendaciones.
- Editoriales independientes (online y offline). Las editoriales independientes tanto las que publican libros en Internet, como las que lo hacen en papel, son muy importantes. De ellas depende que se publique algún libro de Frank Mayhem y también pueden ayudar a correr la voz sobre su literatura.
- Concursos literarios (organizadores). Los concursos literarios también son importantes a la hora de conocer escritores noveles, ya que a veces después de estos concursos se publican libros con los mejores autores o se hacen distintas acciones que los dan a conocer y se habla de ellos.

---

<sup>20</sup> Agente literaria española muy valorada en el mundo literario.



## Análisis DAFO

Es una de las técnicas más utilizadas para organizar y resumir toda la información y obtener una visión completa de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades. Los puntos fuertes y débiles se detectan con un análisis interno.

El DAFO nos muestra datos de salida para conocer la situación real, y las oportunidades y riesgos que existen en el mercado. Se realiza observando y describiendo las características del negocio, en este caso del escritor Frank Mayhem, ya que es un análisis cualitativo.

Las fortalezas describen los recursos y destrezas, respondiendo a ¿qué sabemos hacer mejor que la competencia? Y las debilidades describen los factores que son peores que la competencia. Estos dos aspectos son los que se encuentran en el análisis interno de la organización.

En el análisis externo están las oportunidades y las amenazas. Las oportunidades, describen los posibles nichos de negocio y mercado entre otros aspectos, hay que aprovecharlas para poder beneficiarse de una ventaja competitiva. Las amenazas, describen los factores que pueden poner en peligro la supervivencia del producto y reconociéndolas a tiempo pueden evitarse muchos problemas.

Son aspectos negativos que pueden provocar una desventaja competitiva. Deben mejorarse e incluso eliminarse, ya que reducen y limitan la capacidad de desarrollo efectivo. Responden a: ¿Qué se puede mejorar? ¿Qué se debería evitar? ¿Qué percibe la gente de Frank Mayhem como una debilidad? ¿Qué factores reducen las ventas o el éxito del proyecto?

Debilidades
<ul style="list-style-type: none"><li>- Pesimista (También puede ser bueno)</li><li>- No acepta bien las críticas</li><li>- Radical</li><li>- Se deja influenciar por los demás (pero le da igual)</li></ul>

Toda fuerza del entorno que impide poder implantar una estrategia o reduce su efectividad. Responden a: ¿A qué obstáculos se enfrenta? ¿La demanda de los lectores está cambiando? ¿Alguna de las debilidades puede afectarle seriamente?

#### Amenazas

- Competencia
- La desilusión por leer de los jóvenes
- La sobresaturación de información y contenido en Internet
- La durabilidad de las modas pasajeras (fenómeno fan)

Son aspectos positivos que generan ventajas competitivas que pueden servir para explotar las oportunidades e incluso superar las amenazas. Responden a: ¿Qué ventajas tiene? ¿Qué hace Frank Mayhem mejor que otros autores? ¿A qué recursos de bajo costo o de manera única se tiene acceso? ¿Qué percibe la gente de Frank Mayhem como una fortaleza? ¿Qué elementos facilitan el obtener una lectura?

#### Fortalezas

- No guardar apariencias
- Juventud
- Talento
- Fuerza y ganas de triunfar
- Venderse y mostrarse diferente a los demás
- Ha estudiado mucho a la gente y sus comportamientos

Son las cosas buenas que se encuentran en el entorno directo y que ayudan y facilitan el camino al éxito. Responden a: ¿Qué cambios se están dando en la tecnología? ¿Qué cambios en los patrones sociales y de estilos de vida se están presentando?

#### Oportunidades

- La juventud descontenta y desilusionada
- Internet es un punto de apoyo de gente que busca comprensión
- Concentración del público objetivo en Internet y redes sociales
- Es poco conocida esta literatura como tal en España
- Chico joven, ligeramente distinto a los demás autores noveles
- El nacimiento de nuevas editoriales independientes

## **Debilidades**

### **– Pesimista**

Es una persona pesimista, cosa que le ayuda a la hora de escribir sus relatos y su poesía, porque define mucho su estilo. Pero, por otro lado, es un aspecto negativo y que se considera una debilidad, ya que siempre piensa el lado negativo de las cosas y le dificulta creer en él mismo y luchar por sus objetivos. el pesimismo le influencia negativamente porque le hace pensar que sus relatos no van a ser leídos y no van a gustar al público.

### **– No acepta bien las críticas**

Debido a su pesimismo, también le cuesta aceptar las críticas, ya que piensa que que no gusta lo que escribe. Hay que aprender que no se puede gustar a todo el mundo, por lo que no debe dejarse influenciar por unas opiniones aunque si se deben escuchar para usarlas como motivación para mejorar.

### **– Radical**

Se considera una persona demasiado radical en sus pensamientos internos. A veces incluso un poco extremista en algunos aspectos, y esto es negativo a la hora de escuchar otras opiniones distintas.

### **– Se deja influenciar por los demás (pero le da igual)**

Se deja influenciar mucho por la opinión de los demás, y en esto hay que destacar también el miedo a ser criticado y no gustar a su público. Así, le afectan las opiniones ajenas, pero hace caso omiso de ella porque según dice Frank Mayhem: “Sí de verdad me importara todo lo que me dicen, no haría este trabajo ni me querría dedicar a ello”.

## **Amenazas**

### **– Competencia**

La competencia que hay actualmente en el que Internet tiene una gran presencia y todo el mundo puede escribir y compartir sus opiniones y escritos, junto con la rapidez con la que se difunde toda la información y contenidos, hace muy difícil el poder darse a conocer y poder ser seguido por un gran número de personas. Toda la información actual, que genera una gran confusión al no saber que leer y no tener tiempo para poder abarcar todo, hace que haya que recurrir a técnicas no convencionales y a unas estrategias diferentes para darse a conocer.

Además, hay una gran dificultad para poder hacerse un hueco en el mundo literario, sólo el 1% de la gente que quiere dedicarse a ser escritor lo consigue, un dato bastante desmotivador, pero que con la ayuda de una buena estrategia y de varias acciones se puede intentar que alguna editorial se interese por publicar un libro de Frank Mayhem.

### **– La desilusión por leer de los jóvenes**

La tendencia que hay entre la gente joven, y su desinterés por la lectura hace que sea una gran amenaza, ya que la tendencia es que cada vez se lea menos. El poco interés por la lectura junto a la saturación de información que hay actualmente hace que se busque la rapidez en tener la información, pero no se quiere perder tiempo en leer cosas demasiado extensas.

### **– La sobresaturación de información y contenido en Internet**

Esa sobresaturación de información junto a el valor que se le da al tiempo y a la rapidez con la que se quiere la información, hace que haya surgido el fenómeno de las 5 líneas. Esto es, que de media cuando se lee una noticia o artículo, sólo se leen las 5 primeras líneas y con ellas ya se considera que estamos lo suficientemente informados. Además, toda la información que es posible publicar y compartir en Internet, es una amenaza y un factor que dificulta ser leído a no ser, que sean amigos o conocidos, o que por un golpe de suerte y por haber sabido hacerse una buena reputación online, se tengan muchos seguidores.

### **– La durabilidad de las modas pasajeras (fenómeno fan)**

Además, en los últimos años se ha experimentado la rapidez con la que se deja de estar de moda y de ser seguido. Las modas hacen que lo hoy gusta mucho,

mañana la gente no se acuerda, por lo que es una amenaza porque sus relatos y estilo literario pueden ser moda al principio y después dejar de ser leídos. Lo más fácil es llegar, pero lo difícil es mantenerse, por lo que también se van a pensar acciones para ayudar a mantener una buena imagen.

## **Fortalezas**

### **– No guardar apariencias**

Es una persona que no hace por guardar las apariencias, es decir, es una persona sincera que dice las cosas tal y como las siente, y eso se ve muy reflejado en sus escritos. Son reales y muestran las cosas de verdad sin ningún tipo de floritura, esto hace que sea atractiva para un público muy selecto.

### **– Juventud**

Su juventud porque tiene aún toda una vida por delante para seguir escribiendo y para captar a un público más joven y que se asemeja más a sus pensamientos y a sus escritores, ya que han vivido en la misma época digital y han sentido y sufrido las mismas cosas.

### **– Talento**

Hoy en día, el talento y la actitud son muy importantes para triunfar. Frank Mayhem tiene un talento innato desde que aprendió a escribir ya ha podido dejar de hacerlo, y esto hace que transmita sus sentimientos y pensamientos en forma de palabras que denotan pasión y realismo en estado puro. Su talento para poder sacar de su mente todos los pensamientos que le asaltan, hacen que sean lecturas muy amenas, con una trama que engancha desde el principio y que son ideadas para un público joven capaz de entenderlas y leer algo tan directo y “frío”.

### **– Fuerza y ganas de triunfar**

Es una persona muy activa, un nervio con mucha energía y fuerza que va a utilizar para triunfar. Las ganas y la ilusión es lo más importante para no perder la esperanza, e ir por el camino correcto hacia el éxito y más en proyectos difíciles de conseguir como este, en el que siempre ha sido difícil triunfar y que ahora con las crisis aún se ha convertido casi en algo inalcanzable.

### **– Venderse y mostrarse diferente a los demás**

Siempre ha destacado en su entorno por ser diferentes a los demás, y desde pequeño destacaba en el colegio por su manera de redactar. Así, aunque hay muchos escritores noveles que escriben y expresan los mismo sentimientos que Frank Mayhem, él tiene un estilo propio que le ayuda a mostrarse diferente. Con una imagen creada especialmente para él, también se le puede vender de manera

distinta a los escritores actuales.

– **Ha estudiado mucho a la gente y sus comportamientos**

Es un investigador nato, ya que le encanta saber de todo y es una persona muy curiosa. Por ello, ha estudiado a la gente y sus comportamientos, un rasgo que también se ve reflejado en sus relatos, y que le ayuda más a conectar con sus lectores. El saber sobre el comportamiento humano y el porqué de muchas actitudes que tomamos, es un arma que puede ser de gran ayuda sobre todo, a la hora de saber como crear una imagen para atraer a un público y como actuar delante de él.

## Oportunidades

### – **La juventud descontenta y desilusionada**

El descontento general que hay en toda la juventud del país, es una gran oportunidad para poder dirigirse a ellos, ya que, los relatos buscan que puedan evadirse de sus problemas apoyándose en la lectura, y que además puedan sentirse identificados con algunos aspectos y sientan que no están solos, porque hay gente que está en la misma situación y se siente o se ha sentido igual.

### – **Internet es un punto de apoyo de gente que busca comprensión**

Con la nueva era de Internet y las redes sociales, todo el mundo busca opiniones, ayuda, explicaciones, etcétera, sobre cualquier tema. Cuando se tiene una pregunta o se quiere saber más, se acude a Internet para obtener las respuestas y esto es una gran oportunidad para Frank Mayhem. Puede publicar sus relatos y escritos en Internet y después gracias a una estrategia y a unas acciones acordes a crear una buena reputación online, puede aprovechar y crearse un hueco en la red, pudiendo así, ser el apoyo de gente que busca leer algo diferente, una literatura más violenta, real y directa.

### – **Concentración del público objetivo en Internet y redes sociales**

La masificación que hay del uso de Internet y las redes sociales, junto con la disminución de la compra de libros debido a su precio y a que no se leen libros tanto como antes, hacen que el target este muy concentrado en la red. Esto es una oportunidad también para aprovechar Internet para darse a conocer.

### – **Es poco conocida esta literatura como tal en España**

Puede ser una gran oportunidad el dar a conocer este tipo de literatura y hacerla más conocida de una manera amplia, y no a un público tan selecto como es el que actualmente lee esta corriente de Realismo Sucio. Por ello, si gusta a los jóvenes puede ser una gran oportunidad y dar un gran salto en esta corriente como autor español de la vertiente. Se puede aprovechar así, el nicho que puede haber por el desconocimiento hacia este tipo de lecturas.

### – **Chico joven, ligeramente distinto a los demás autores noveles**

Como se ha dicho anteriormente, su juventud hace que sea una gran oportunidad para ganarse al pública por la conexión y la comprensión que hay entre sus relatos



y el público joven, y además, al tener rasgos parecidos pero con toques diferentes a los autores españoles que existen actualmente, hace que la curiosidad por leer algo nuevo atraiga a la gente. Aunque actualmente hay mucha gente joven que aprovecha las facilidades que da Internet y escriben compartiendo lo que escriben en sus redes sociales y blogs, y esto es algo que le afecta a él como competencia directamente, se le va a vender con una estrategia que le pueda diferenciar del resto. Por lo general, se tiene curiosidad hacia lo desconocido y lo nuevo, y esto es una oportunidad que hay que aprovechar.

– **El nacimiento de nuevas editoriales independientes**

Hay muchas editoriales independientes que han surgido con la necesidad de compartir que hay actualmente, algunas de ellas son: Civil Coping Mechanisms, Scrambler Boost House. Por eso, hay que aprovechar el auge que está habiendo con la nueva literatura y la necesidad de ser leído y aceptado por la sociedad.

## Objetivos

Todos sabemos que los objetivos indican algo que debe lograrse y que tienen, entre otras las características, ser: alcanzables, cuantificables, comprensibles, deben tener un tiempo concreto para su ejecución, realistas, medibles y finalmente deben ser comunicados para que se puedan llevar a cabo su realización.

Poniendo fecha a los objetivos dejan de ser meramente metas, y con una estrategia determinada resulta más sencillo plantear y acatar las acciones como mas adelante se muestra.

Para plantearse los objetivos hay que plantearse tres preguntas importantes:

- ¿Qué queremos?
- ¿Cómo?
- ¿A quién?

En cuanto a la primera pregunta la respuesta sería dar a conocer al novel escritor objeto de este plan de comunicación, haciendo que su literatura sea leída por un gran número de lectores.

Respondiendo a cómo se haría, en primer lugar creando una imagen de Frank Mayhem, después con una estrategia y sus consiguientes acciones para informar de su existencia y crear notoriedad.

El quién son todos esos lectores que están interesados en leer cosas alternativas a la literatura “de toda la vida”, que buscan otras vías de lectura y unos estilos que se adecuan a sus pensamientos y sentimientos, buscando una vía de escape y a la vez de comprensión para sentir que hay personas que les entienden.

Así, los objetivos que se proponen y se quieren conseguir en este proyecto son de comunicación y son:

- **Crear una imagen**

Es un objetivo muy importante, ya que sin una imagen bien creada, que sea difícil de destruir y que sea potente es mucho más difícil llegar al éxito y al target objetivo. En estos momentos, Frank Mayhem, no tiene imagen determinada, sólo el nombre que usa como seudónimo para firmar sus escritos, tanto poéticos como narrativos. Así, hay que hacer acciones en las distintas redes sociales principalmente, para que pueda crearse una imagen online, que es donde más accede y busca información el público al que nos dirigimos con este proyecto, y que es lo más asequible debido al nulo presupuesto del que se dispone.

- **Darse a conocer**

Seguidamente, después de tener una imagen bien definida, se pretende dar a conocer a través de distintas acciones siguiendo la estrategia planteada. Si se da a conocer de una manera distinta a los demás competidores, será más fácil que el público objetivo se interese por saber quien es y por leer sus escritos. Además, usando las redes sociales y otras acciones, dándose a conocer se pretende conseguir muchos seguidores y que se hable de él a través de la herramienta poderosa y que siempre funciona del boca-oreja.

- **Conseguir notoriedad y una buena reputación on-line**

Por consiguiente, no basta con crear una imagen y darse a conocer, sino que la imagen que se muestre tiene que ser positiva para el público al que nos dirigimos. Si por el contrario la imagen que muestra es la contraria, se puede conseguir que se hable mal y que tenga nulas posibilidades de publicar algún libro.

- **Que distintas editoriales quieran publicar su libro, algún relato o poesía.**

Se plantea como objetivo más a largo plazo, se pretende que alguna editorial independiente, diferentes y alternativa, tales como, Literatura o Editorial Origami, se interese en publicar un libro con sus relatos y poesías, o incluso publiquen las novelas que tiene escritas.

Es el más difícil de todos y no se busca directamente, más bien indirectamente a través de las acciones y de la consecución de todos los anteriores.

## **Definición de los targets**

### **Target principal**

- El target principal hacia el que se dirige son hombres y mujeres jóvenes urbanos principalmente con edades entre los 18 y los 30 años. Son cosmopolitas, *hipsters* y viven en grandes ciudades. Buscan o se sienten diferentes a los demás e incomprendidos y buscan en la lectura una manera de escapar y evadirse de la realidad y del mundo tan horrible en el que les ha tocado vivir. Se muestran alternativos a todas las corrientes que hay en todo tipo de artes y son una cultura que quiere opinar y demostrar que existe. Han crecido con la importancia del tiempo de querer todo al instante, y no aceptan que las cosas salgan mal, algo que les afecta y les deprime constantemente. La insatisfacción que sienten hacia la sociedad en la que viven no les influye en su deseo y necesidad de querer compartirlo todo y ser aceptados por la misma sociedad que no les gusta.

### Un día en la vida de Alex

Tengo 25 años, una carrera, un máster y varios cursos pero pocas aspiraciones de futuro. Si miro más allá, si intento verme dentro de diez años, me veo solo, formando en una sociedad a la que no soporto, sin trabajo, ...y aún en casa de mis padres. Vivo en Barcelona, una ciudad con muchas posibilidades pero todo está tan negro que no quiero perder tiempo en intentar conseguir un puesto de becario, en el que sentirme infravalorado y explotado. Me niego, prefiero estar en mi casa hundiéndome más en mi depresión y mis pocas ganas de enfrentarme a este feo mundo en el que me ha tocado vivir.

Me levanto por las mañanas a una hora mínimamente, a las 10. Lo primero que hago al abrir los ojos es mirar mis perfiles en las redes sociales y ver si he conseguido algún “like” más o alguien a compartido alguno de mis estados. Mientras desayuno, sigo mirando las redes sociales pero ahora miro los perfiles de los demás, de los que llamo amigos y de los que simplemente sigo porque me gustan las críticas que hacen de todo, me hacen sentir que no estoy sólo, que alguien más odia toda la mierda que nos rodea. Después me paso toda la mañana leyendo, miro alguna que otra oferta de trabajo, ninguna es para lo que me he estado preparando estos años. Me deprimó hasta la hora de comer. Mientras como miro las noticias, todo tan deprimente y horrible como siempre. Después me entra tanta morriña que tengo que echarme la siesta. Sólo quería dormir media hora pero se ha convertido en una siesta de una hora y media. Ya son las 5 de la tarde, así que me meto en la ducha.

Quedo con unos amigos para tomar una cerveza y debatir sobre nuestro futuro y como podríamos solucionarlo, Alberto ha encontrado trabajo, pero no de lo suyo, eso es ya demasiado difícil. La tarde acaba a las 9 sin ninguna solución posible para nuestros problemas. Nos sentimos solos, abandonados, sin voz ni identidad, sin posibilidades de un futuro, ya no queremos uno grande, sólo un futuro digno, pero no lo hay. Cuando llego a casa, ceno y reflexiono todo lo que hemos hablado por la tarde. Después de cenar pongo un post en mi blog, comparto actualizaciones en mis distintas redes resumiendo mis pensamientos y leo un rato a Charles Bukowski, “él si que me entendería”, pienso.

Me voy a dormir tranquilo, sabiendo que he compartido mis reflexiones y esperando que les sirvan de algo a alguien que se sienta tan profundamente y solo como yo.

### **Targets secundarios**

- Hombres y mujeres de más de 30 años que antes de los nuevos estilos como el Alt Lit, leían a Bukowski o Welsh. Defienden el espíritu de la vieja escuela, pero no creen que todo lo joven es malo, por lo que se interesan por los que escriben también los escritores noveles. A este target se le puede atraer con un doble espejo, ya que como se verá más adelante en la estrategia, Frank Mayhem es un escritor joven con un doble estilo juntando la vieja y la nueva escuela y eso es lo que le hace destacar y ser diferente.
- Hombres y mujeres de más de 30 años, muy cultos y con gran afición a la lectura. Bastante recelosos de las nuevas tecnologías y que no acaban de aceptar en algunos casos las nuevas formas o estilos de literatura por considerar que estropean el arte. Aún así, para poder opinar leen estos estilos, encontrándose a medio camino entre el desengaño y la curiosidad.
- Hombres y mujeres que ejercen como críticos literarios, escriben artículos literarios y comentan su opinión alrededor de todas las tendencias de este tema. Por ello, leen a todo tipo de autores de diferentes estilos, y no se encierran en un único estilo.

## Planteamiento de la estrategia y concepto

Los objetivos que se han planteado son: crear una imagen de Frank Mayhem, darlo a conocer, conseguir una buena reputación online y por lo tanto, muchos seguidores y el último objetivo, más a largo plazo sería conseguir que alguna editorial le publique un libro.

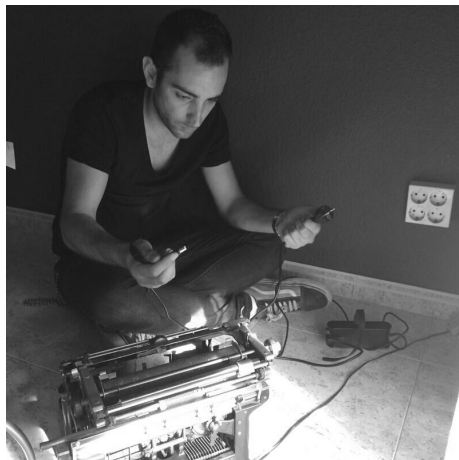
Para conseguir los objetivos planteados se va a seguir una estrategia y acciones basadas en *owned* y *earned* media, ya que el presupuesto del que se dispone es mínimo. Se intentarán desarrollar acciones con poco coste y que consigan llamar la atención en redes sociales y en otros medios interesantes, llegando incluso a conseguir *publicity*.

Antes de explicar la estrategia, habría que empezar definiéndola, y una de sus definiciones más clásica es de Andrews 1965 que dice que:

La estrategia se puede definir como el patrón de los principales objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para lograrlos, establecidos de tal manera que definan en qué clase de negocio la empresa está, o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser.

La estrategia es muy importante porque las decisiones que van entorno a ella son las que hacen que los resultados que se obtienen más rentables. Además, es la forma de vincular al producto con su entorno.

Después de haber analizado el contexto actual literario, la estrategia que se va a usar para Frank Mayhem, girará entorno al concepto de “la vieja escuela” y la literatura tradicional. El motivo de usar este concepto, es que Frank Mayhem no es como el típico joven escritor actual, no es activo en las redes sociales y no es fanático de las nuevas tecnologías. Le gustaría haber vivido en los años 70 y es fiel a siempre escribir con bolígrafo y papel, por lo que esto le diferenciaría del resto de escritores noveles.



Además, se diferencia del movimiento actual Alt Lit, y tiene un punto a su favor, escribe para jóvenes pero de manera tradicional como se hacía con el Realismo Sucio, y para más inri es chico, cosa que le beneficia porque predominan las chicas y él puede abarcar a los chicos que no han encontrado una literatura con la que identificarse y una persona por la que guiarse. Así, toda su imagen se basará en la mezcla de ser un autor joven y tradicional a la vez, en el que predomina el estilo de la “vieja escuela” y en contradicción con el actual mundo online, aunque como se verá más adelante debe adaptarse a él. Este concepto será el eje que construirá y unirá la comunicación, ya que define muy bien lo que se quiere transmitir.



## Plan de acciones

### Acciones para conseguir el objetivo 1.

Crear la imagen de Frank Mayhem.

#### Acción 1: Crear un blog.

Objetivo: Publicar contenido y que pueda leerlo mucha gente.



La primera acción será crea un blog de Frank Mayhem usando las plataformas de blogspot o tumblr que son las más conocidas por los usuarios. Los blogs son leídos por mucha gente y es lo más importante que debe tener hoy en día un escritor novel.

#### Acción 2: Crear una cuenta de Facebook

Objetivo: Publicar contenido y que pueda leerlo mucha gente.



Otra acción muy importante es crearse un perfil en Facebook. Todo el target al que nos dirigimos tiene perfil en esta red social y es ideal para compartir contenido ya sea el del blog u otro distinto, y así potenciar que la gente a la que le guste también lo comparta, llegando así a más gente.

#### Acción 3: Crear una cuenta de Twitter

Objetivo: Publicar contenido y que pueda leerlo mucha gente.



Después del perfil en Facebook, es importante tener otro perfil en Twitter. Escritores y gente que trabaja en comunicación tienen perfil en esta red social, que permite leer e informarse de las cosas de forma instantánea. Con esta red social, se pueden compartir links para acceder al blog, y se pueden poner pequeños fragmentos de no más de 140 caracteres, para que de esta manera mostrar pinceladas de su literatura e ir atrayendo al público.

**Acción 4: LinkedIn**

Objetivo: Tener una red de contactos

Para crear una imagen, también es importante abrirse un perfil en la red social de LinkedIn. De esta manera se conseguirá hacer networking y poder acceder a personas que podrán ayudarnos si les interesa el trabajo que hace Frank Mayhem.

**Resumen acciones para alcanzar el objetivo 1**

Acción específica	Puntos de contacto	Finalidad
Crear un Blog	Internet	Informar
Perfil en Facebook	Internet	Informar
Perfil en Twitter	Internet	Informar
Perfil en LinkedIn	Internet	Informar

### **Acciones para conseguir los objetivos 2 y 3.**

Darse a conocer, crear notoriedad y buena reputación online.

#### **Acción 1: Creación de contenido en el blog y los perfiles de las redes sociales.**

Objetivo: Crear notoriedad.

Publicación de contenido bueno y de calidad, es lo único necesario para que algo se viral por Internet. Así, debe poner un *post*<sup>21</sup> semanal en el blog y el link debe publicarse también en Facebook y Twitter.

Publicando contenido cada semana se consigue que los seguidores estén a la espera del post e incluso que la compartan por las redes sociales. Sin la creación de contenido es difícil que la gente pueda profundizar más en la literatura de Frank Mayhem. Los seguidores siempre esperan cosas nuevas que les sorprendan y que les hagan estar expectantes mientras esperan leer algo nuevo.

En Facebook se pueden ir publicando cosas similares, en Twitter fragmentos de relatos de 140 caracteres y en Facebook fragmentos más largos pero sin ser extensos, ya que los usuarios leen una media de 3 líneas en esta red social.

En Facebook se debe publicar cada dos o tres días aproximadamente para no saturar a los seguidores y las mejores horas para hacerlo son después del desayuno y después del trabajo que es cuando los usuarios son más activos. Tanto es esto, que los domingos se han destinado a ser el Día del Fan, porque en su día de descanso todo el mundo está activo y actualiza sus perfiles. Además, si el contenido se publica con una imagen es mucho más atractivo también para los usuarios.

En Twitter se puede publicar uno o dos tweets al día, ya que con su limitación de caracteres es una plataforma que permite publicar cosas y que sean leídas rápidamente.

#### **Acción 2: Hablar y negociar con Blogueros/as.**

Objetivo: Que hablen de Frank Mayhem.

Es un hecho el fenómeno de los blogueros que hay actualmente, son seguidos por millones de personas que quieren ser como ellos. Hablar con un bloguero o bloguera y

---

<sup>21</sup> Es el nombre que se le da a las “entradas” que son las publicaciones hechas en blogs.

que hable de Frank Mayhem y lo recomiende, es una de las mejores cosas que se puede hacer para conseguir cobertura.

En primer lugar habría que contactar con los blogs literarios<sup>22</sup> más influyentes que son muchos y únicamente vamos a destacar unos cuantos que son:

- Papel en blanco
- Lecturalia Blog
- La Espada en la Tinta
- Blog de libros y literatura
- Un libro al día
- Los futuros del libro
- Que leer
- Literatúrate
- Perdidas entre páginas

Además, también se contactaría con jóvenes blogueros que ya tienen un hueco en el mundo literario y cuando recomiendan o hablan de cosas, son seguidores por sus fans. Algunos ejemplos son:

- Luna Miguel
- Ana carrete
- Irene X
- María Yuste
- Carlos González Fuertes
- Antonio J. Rodríguez

### **Acción 3: Participar en concursos literarios**

Objetivo: Mostrar sus relatos, poesías y novelas.

La primera acción para darse a conocer es presentarse a concursos literarios acordes con su literatura. De esta manera, si consigue que le conozcan y le lean personas del sector, y si consigue ganar premios o quedar entre los primeros empezará a ser conocido por el público en general. En algunos concurso incluso, publican libros con los relatos de los mejores escritores, y es eso lo que hay que conseguir. Algunos concursos a los que debe presentarse son:

---

<sup>22</sup> En el siguiente link se puede ver una de las muchas listas que hay con blogs literarios: <http://directoriblogsliteratura.blogspot.com.es/p/listado-de-blogs.html>.

- Concurso de la editorial Literatura de novela urbana, *underground*, realista y contracultural.
- Concurso de Narrativa de Realismo Sucio convocado por la Editorial ArtGerust.
- En la página de escritores.org se pueden encontrar todos los enlaces con los concursos literarios que se celebran tanto en España como en Latinoamérica.

#### **Acción 4: Inscribirse en asociaciones de escritores**

Objetivo: Conseguir una red de contactos.

Si se apunta a asociaciones o círculos de escritores, podrá hacer networking y conseguir que algunos le ayuden y le aconsejen en qué debe hacer para que le publiquen un libro. También, pueden ayudarse a llegar de manera más rápida a los usuarios. Algunas de estas asociaciones son:

- AENoveles. Asociación de Escritores Noveles. Ayuda a formar y promocionar.
- Agrupación Hispánica de escritores.
- Asociación Colegial de Escritores (A.C.E).
- *Asociació Col·legial d'escriptors de Catalunya*.

#### **Acción 5: Repartir poesías por los buzones<sup>23</sup>.**

Objetivo: Con esta acción se pretende crear expectación.

La acción consistirá en imprimir una poesía de Frank Mayhem y que al final de la hoja ponga: "Todos tenemos derecho a recibir una poesía, tú, también". Y se metería en el buzón de personas en zonas específicas de Barcelona y Granollers. De esta manera se conseguirá con simpatía que la gente se interese y busque a Frank Mayhem para saber quién es consiguiendo una gran notoriedad.

#### **Acción 6: Participar con bares que promueven la lectura.**

Objetivo: Que conozcan y lean los relatos.

Hay muchos bares que se han puesto de moda por promover la lectura. En Barcelona hay varios espacios que mientras se desconecta tomando algo o comiendo, ofrecen la posibilidad de leer los libros que ofertan y así despejar la mente. En su gran mayoría no se pueden sacar de estos establecimientos, por lo que al leer los libros allí, la gente que va es asidua y con interés en la cultura en general. Además, en algunos casos

---

<sup>23</sup> El ejemplo de esta acción se puede encontrar en el Anexo 3.

también hay días en los que hacen presentaciones de libros, recitales de poesía o micrófono abierto para quien quiera leer.

Algunos ejemplos de estos establecimientos en Barcelona son: Horiginal, Lletraferit, El café de La Central, +Bernat, Madame Jasmine, Lili pep, entre muchos otros.

### **Acción 7: Ir a eventos literarios y participar en proyectos.**

Objetivo: Conocer más gente del sector.

Participar en proyectos como el “Poetry Will Be Made By All” hace conocer a gente que está en la misma situación y con los mismos intereses y esto crea que pueda tener una buena red de contactos. Lo mismo pasa con los eventos de esta índole.

Otro proyecto es el “Festival Primera Persona” está concebido para dar voz a diferentes autores de corrientes literarias, y desde novelas, hasta monólogos y cómics. También puede hacerse alguna acción para hacer quedadas con escritores y debatir distintos temas del sector y ayudarse a potenciar la literatura actual.

### **Acción 8: Enviar relatos a revistas *underground* y alternativas.**

Objetivo: Que los publiquen y llegue directamente al target.

Enviar relatos cortos y poesías a distintas revistas alternativas para que lo publiquen y así conseguir notoriedad entre el target más independiente. Estas revistas están de moda entre los jóvenes y son una gran posibilidad. Además, como casi todas actúan en el campo online los costes no son tan elevados como si fueran en papel.

Algunas de las revistas a las que se les podría enviar son: PlayGround, Vice, Coolture Magazine o Yorokobu entre otras.

### **Acción 9: Concursos en el blog y redes sociales.**

Objetivo: Crear interactividad con los seguidores.

Cuando se vayan consiguiendo más seguidores, estaría bien hacer acciones con las que se busque la intriga y la sorpresa y se hagan promociones o concursos y así generar interactividad con los usuarios. Hay varias posibilidades de cosas que hacer, pero al ser con bajo presupuesto un ejemplo sería:

1. Publicar un relato sin el final, para que los usuarios a través de Twitter o Facebook pusieran el final que a ellos les gustaría. El final más votado, sería el

del relato. Con esta acción los seguidores se sienten importantes y les hace sentir que su opinión también cuenta.

**Acción 10: Organizar encuentros y micrófonos abiertos.**

Objetivo: Conocer a más gente y darse a conocer con más notoriedad.

Además, al ser de las afueras de Barcelona, es interesante organizar encuentros en otros pueblos y en los que también hay mucha gente que escribe y está interesada en conocer a otros escritores pero no quieren desplazarse hacia el centro de Barcelona.

**Acción 11: Organizar noches de micrófono abierto.**

Objetivo: Darse a conocer directamente con su voz

Por otro lado, también se puede negociar con algún bar hacer una noche a la semana o al mes, la noche del micrófono abierto, en la que distintos autores puedan leer sus relatos cortos, poesías u otro tipo de estilo literario. Esto también atraería a gente, ya que hay gente que escribe y no quiere publicarlo en Internet pero sí quiere compartirlo, y hay otra gente que le gusta escuchar y desconectar con las historias que le cuentan los demás.

### Resumen acciones para alcanzar los objetivos 2 y 3

Acción específica	Puntos de contacto	Finalidad
Creación de contenido en el blog y redes sociales	Internet	Identificar y emocionar
Contactar con bloggers/as	Internet	Informar y posicionar
Participar en concursos literarios	Editoriales	Convencer
Inscribirse en asociaciones de escritores	Internet	Informar
Repartir poesías por Barcelona	Calles de Barcelona	Emocionar
Participar con bares que promueven la lectura	Barcelona	Posicionar e identificar
Ir a eventos y participar en proyectos literarios	Internet y Barcelona	Posicionar y convencer
Enviar relatos a revistas alternativas	Internet	Convencer e identificar
Concursos en su blog y redes sociales	Internet	Identificar
Organizar encuentros	Internet	Identificar
Organizar noches de micrófono abierto	Internet y Granollers	Identificar y emocionar



#### **Acciones para conseguir el objetivo 4.**

Que distintos editores quieran editar un libro, algunos relatos o poesías de Frank Mayhem.

##### **Acción 1: Participar en concursos literarios afines a su estilo.**

Objetivo: Que las editoriales publiquen sus relatos o poesías.

Muchas editoriales ofrecen concursos para los escritores noveles y con publican los relatos de los mejores, por eso, es una gran oportunidad participar en estos concursos para que publiquen algunos de sus escritos.

##### **Acción 2: Enviar su novela a distintas editoriales.**

Objetivo: Interés por parte de las editoriales.

Enviar la novela impresa pero de una manera original, con una carta que le presente y venda a la novela de manera distinta. De esta manera verán que Frank Mayhem no es un escritor como los demás, que tiene su estilo propio y atractivo para el público.

En esta acción se le deja volar la imaginación al escritor y debe hablarse con él para elegir de qué manera le parece mejor llegar a las editoriales. Aún así, algunas ideas podrían ser enviar el libro con un cd o un link en el que salga Frank Mayhem hablando sobre él o leyendo alguno de sus relatos, una poesía o un trozo de la novela.

##### **Acción 3: Conseguir muchos seguidores en el blog y en los perfiles de las redes sociales.**

Objetivo: Que le busquen para publicarle un libro.

Si consigue darse a conocer de manera positiva y notoria, consiguiendo muchos seguidores, las editoriales afines a su estilo y a ese tipo de público le buscarán para publicar un libro con sus relatos y poesías. Esto es lo que está pasando actualmente con los escritores noveles de nuestro país, si en Internet están triunfando, se les busca para publicar sus escritos que serán comprados. De esta manera las editoriales se aseguran la venta de estos libros, ya que es difícil arriesgarse con autores tan jóvenes y con la situación actual española.
















































































**Resumen acciones para alcanzar el objetivo 4**

Acción específica	Puntos de contacto	Finalidad
Participar en concursos	Editoriales	Ganar y conseguir la publicación de relatos
Enviar la novela a las editoriales	Editoriales	Convencer
Seguidores en el blog y redes sociales	Internet	Convencer

\*Hay que explicar que todas las acciones que no son online se han decidido hacer en Barcelona y Granollers, por la cercanía y por la falta de presupuesto para irse más lejos y arriesgarse. Más adelante, si el plan de comunicación funciona y los resultados son los esperados, se podrá ampliar la zona de actuación.

## Timing

Acciones	Color
Crear un Blog y los perfiles de las redes sociales	
Creación de contenido en el blog, redes sociales y controlar seguidores	
Contactar con blogueros/as	
Participar en concursos literarios	
Inscribirse en asociaciones de escritores	
Repartir poesías por Barcelona	
Participar con bares que promueven la lectura	
Ir a eventos y participar en proyectos literarios	
Enviar relatos a revistas alternativas	
Concursos en su blog y redes sociales	
Organizar encuentros	
Organizar noches de micrófono abierto	
Enviar la novela a las editoriales	

Año	Mes	Acciones a realizar									
2014	Septiembre										
	Octubre										
	Noviembre										
	Diciembre										
2015	Enero										
	Febrero										
	Marzo										
	Abril										
	Mayo										
	Junio										
	Julio										
	Agosto										
	Septiembre										
											

## Presupuesto

El presupuesto del proyecto es escaso, por lo que se han pensado acciones sin ningún tipo de coste o en algún caso con costes bastante reducidos para que se puedan afrontar.

Así, a continuación se muestran las acciones con sus costes aproximados:

Acciones	Presupuesto
Crear un Blog y los perfiles de las redes sociales	-
Creación de contenido en el blog, redes sociales y controlar seguidores	-
Contactar con bloggers/as	-
Participar en concursos literarios	-
Inscribirse en asociaciones de escritores (AEN)	49€
Repartir poesías por Barcelona	100 €
Participar con bares que promueven la lectura	-
Ir a eventos y participar en proyectos literarios	-
Enviar relatos a revistas alternativas	-
Concursos en su blog y redes sociales	-
Organizar encuentros	-
Organizar noches de micrófono abierto	-
Enviar la novela a las editoriales	350 €
Total:	499€

Con todas las acciones que se han propuesto, el presupuesto de casi 500 euros es asequible para el escritor. Todas son gratuitas menos la impresión de la poesías a repartir, la impresión de copias de la novela para entregar a las editoriales, e inscribirse en las asociaciones, que la Asociación de Escritores Noveles tiene un precio bastante asequible de 49 euros el año.

## KPI's, seguimiento y evaluación

Los *Key Performance Indicators* se utilizan para representar las métricas que reflejan el rendimiento de una organización o de sus procesos. Por lo tanto, permiten evaluar la estrategia diseñada para una campaña. En este caso, los KPI's que se van a utilizar para evaluar la estrategia de nuestro plan de comunicación son los siguientes:

- SEM. El posicionamiento Search Engine Marketing incluye un amplio abanico de técnicas utilizadas por un site para aparecer lo más alto posible en la lista de resultados de los buscadores. Gracias a esta herramienta, podremos medir el número de clicks y de impresiones que ha hecho un usuario único. Las impresiones hacen referencia al impacto publicitario recibido por el usuario cuando ha visto la página web o un spot, por ejemplo.
- SEO. El posicionamiento Search Engine Optimization es una herramienta que permite optimizar los motores de búsqueda. Se refiere a conseguir subir el ranking de las listas que se generan por los buscadores, utilizando algoritmos propios. Con esta herramienta podremos conocer la posición que ocupa Frank Mayhem en los buscadores, el porcentaje de visitas por buscadores con las palabras "Frank", "Mayhem", "escritor novel".
- Blog. Para saber si el contenido del blog se está leyendo y está cumpliendo su objetivo, se medirá el número de entradas, subscriptores, comentarios y por último, el porcentaje de visitas únicas.
- Facebook. Para saber si ha funcionado el Facebook se medirá el número de fans, de visitas, comentarios y el porcentaje de visitas que ha recibido desde otros links hacia el Facebook.
- Twitter. Para saber si las acciones en Twitter han funcionado correctamente se medirá el número de seguidores, de tweets, retweets y respuestas a tweets.
- 

"El conocimiento y la actitud que el consumidor tiene del producto son dos factores muy importantes. A veces mientras las ventas no aumentan, hay un aumento importante del conocimiento y la actitud del mercado hacia el producto que se promociona y en un futuro es lo que determinará un aumento en las ventas. En este plan de comunicación, es muy importante esto, ya que se pretende conseguir conocimiento y actitud positiva por parte del mercado hacia Frank Mayhem."

## **Bibliografía**

### Libros:

ACED, C., ARQUÉS, N., BENÍEZ, M., LLODRÀ, B., SANAGUSTÍN, E. (). Visibilidad. Cómo gestionar la reputación en Internet. Barcelona: Gestión 2000.

ARQUÉS, N. (2012). Y tú, ¿qué marca eres?. 14 claves para gestionar tu reputación personal. Barcelona: Alienta editorial (Grupo Planeta).

CHIAS, J. (2007). El màrqueting. Barcelona: Editorial UOC.

COSTA, J. (2004). La imagen de marca. Un fenómeno social. Barcelona: Paidós.

DE URIOSTE AZCORRA, C. (2009). Novela y sociedad en la España contemporánea (1994-2009). Madrid: Fundamentos.

ENRIQUE, A.M. (2008). La planificación de la comunicación empresarial. Barcelona: Servei de publicacions UAB.

GRACIA, J., RÓDENAS, D. (2011). Historia de la literatura española. 7. Derrota y restitución de la modernidad 1939-2010. Madrid: Crítica.

GUERRAS, L., NAVAS, J. (2007). Dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Madrid: Civitas.

HERNÁNDEZ, C., DEL OLMO, R. GARCÍA, J. (2000). El plan de marketing estratégico. Barcelona: Gestión 2000.

JOHNSON, G., SCHOLES, K., WITTINGTON, R. (2010). Fundamentos de estrategia. Madrid: Pearson

KENICHI, O. (2004). La mente del estratega. Madrid: Mc Graw Hill

MACIÁ, F. (2013). Marketing Online 2.0. Cómo atraer y fidelizar clientes en Internet. Madrid: Anaya Multimedia.

MARQUINA-ARENAS, J. (2013). Plan social media y el Community Manager. Barcelona: UOC.

MEJÍA LLANO, J.C. (2013). La guía del Community Manager. Estrategia, táctica y herramientas. Madrid: Anaya Multimedia.

MILLÁN TEJEDOR, R.J. (2008). Marketing Online. Barcelona: Creaciones Copyright.

NAVARRO MARTÍNEZ, E. (2008). La novela de la generación X. Granada: Editorial Universidad de Granada.

POZUELO YVANCOS, J.M. (2011). Historia de la literatura española. 8. Las ideas literarias 1214-2010. Madrid: Crítica.

REYNOLDS, J. (2001). El libro completo del e-commerce. Conceptos, claves y definiciones para triunfar en la red BILBAO: Ediciones Deusto.

ROBERT-RIBES, J. (2011). Networking. Fortalecer los contactos profesionales para obtener el máximo rendimiento. Barcelona: Profit editorial.

RODRÍGUEZ ARDURA, I. (2008). Marketing.com y comercio electrónico en la sociedad de la información. Madrid: ESIC Editorial.

ROSALES, P. (2010). Estrategia digital. Cómo usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia. Barcelona: Deusto

SÁNCHEZ HERRERA, J., PINTADO BLANCO, T. (2010). Nuevas tendencias en comunicación. Madrid: ESIC.

SCHAWBEL, D. (2011). Yo 2.0. Guía completa para aprovechar el potencial de los medios sociales en la promoción personal. Barcelona: Conecta.

SHEEHAN, B. (2012). Marketing on-line. Barcelona: Blume.

SOLÉ MORO, M.L. (1999). Los consumidores del siglo XXI. Madrid: ESIC.



## Webgrafía

Ana Carrete (2014). "Ser una princesa en una torre", un relato de Ana Carrete. (<http://www.playgroundmag.net/musica/articulos-de-musica/columnas-musicales/ser-una-princesa-en-una-torre-un-relato-de-ana-carrete>). Fecha de la consulta: 15-05-2014.

Asociación de Escritores Noveles. (<http://www.aenoveles.es>). Fecha de consulta: 15-05-2014

Buscador. (<https://www.google.es>)

Carmina (2014). ALt Lit, Literatura nacida en Internet y redes sociales. (<http://www.zonaereader.com/articulo/alt-lit-literatura-nacida-en-internet-y-redes-sociales>) . Fecha de la consulta: 24-03-2014.

Escritores.org. (<http://escritores.org>) . Fecha de la consulta: 03-03-2014.

Hugo Fontana. Raymond Carver y el minimalismo. (<http://www.elderechodigital.com/cultural/articulo47.html>) . Fecha de la consulta: 15-05-2014.

Jose Manuel Gomez-Zorrilla Sanjuan (2013). Plan de marketing (IV): la competencia, ¡analízala! (<http://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-iv-la-competencia/>). Fecha de la consulta: 03-03-2014.

José Manuel Ruiz Blas (2014). ¿Por qué odiamos a Juan Manuel de Prada cuando está claro que es un genio? (<http://www.playgroundmag.net/musica/articulos-de-musica/columnas-musicales/por-que-odiamos-a-juan-manuel-de-prada-cuando-esta-claro-que-es-un-genio>) . Fecha de la consulta: 07-06-2014.

Luna Miguel (2014). ¿Dónde escondéis a las chicas de la Alt Lit? (<http://www.playgroundmag.net/musica/noticias-musica/actualidad-musical/donde-escondeis-a-las-chicas-de-la-alt-lit>) . Fecha de la consulta: 24-03-2014.

Luna Miguel (2014). Ansiedad, drogas y sexo: esta es la Alt Lit más política y desgarradora. (<http://www.playgroundmag.net/musica/noticias-musica/actualidad->

musical/ansiedad-drogas-y-sexo-esta-es-la-alt-lit-mas-politica-y-desgarradora) . Fecha de la consulta: 03-05-2014.

Luna Miguel (2014).La poeta que más vende está oculta y habla de sexo.(<http://www.playgroundmag.net/musica/noticias-musica/actualidad-musical/la-poeta-que-mas-vende-esta-oculta-y-habla-de-sexo>). Fecha de la consulta: 15-05-2014.

Mario Tascón (2014). La literatura más corta del mundo. (<http://yorokobu.es/breves/>). Fecha de la consulta: 06-06-2014.

Matt Haig (2013). Maldita competencia.(<http://mangasverdes.es/2013/05/27/maldita-competencia/>). Fecha de la consulta: 24-03-2014.

Miqui Otero, Barcelona (2014). La literatura se reinicia.([http://www.elconfidencial.com/cultura/2014-01-29/la-literatura-se-reinicia\\_81988/](http://www.elconfidencial.com/cultura/2014-01-29/la-literatura-se-reinicia_81988/)). Fecha de la consulta: 24-03-2014.

Notimex (2013). El “realismo sucio” de Charles Bukowski sigue vigente. (<http://www.eluniversal.com.mx/cultura/2013/charles-bukowski-aniversario-natalicio-943060.html>) . Fecha de la consulta: 09-04-2014.

Real Academia de la lengua Española. (<http://www.rae.es>) . Fecha de la consulta: 07-06-2014.

Red social de literatura, comunidad de lectores y comentarios de libros. (<http://www.lecturalia.com>). Fecha de la consulta: 09-04-2014

Redacción (2013). ¿Cómo y cuándo compartir o publicar contenidos en Facebook? (<http://www.puromarketing.com/16/14483/como-cuando-compartir-publicar-contenidos-facebook.html>). Fecha de la consulta: 03-03-2014.

Tomas Canet (2014). José Ángel Mañas: “El éxito de ‘Historias del Kronen’ fue una patada traumática” (<http://www.revistagq.com/articulos/historias-del-kronen-20-aniversario-jose-angel-manas/19525>) . Fecha de la consulta: 24-03-2014.

Ulises Fuente, Madrid (2014). Alt Lit, reseteando la

literatura.([http://www.larazon.es/detalle\\_normal/noticias/5543890/alt-lit-reseteando-la-literatura#.Ttt1Wm72L47W67A](http://www.larazon.es/detalle_normal/noticias/5543890/alt-lit-reseteando-la-literatura#.Ttt1Wm72L47W67A)). Fecha de la consulta: 24-03-2014.

## **ANEXOS**

## **Anexo 1. Entrevista en profundidad a Frank Mayhem**

### **¿Por qué Fran Mayhem?**

Frank pues porque es mi nombre y Mayhem porque creo que representa muy bien lo que hay dentro de mí. Es una palabra que me gusta, es un adjetivo que me gusta y...creo que como sobrenombre quedaba bien porque tiene pinta de apellido. Frank lleva algo de mí porque es mi nombre real y Mayhem pues también lleva algo. Mayhem significa caos, violencia, si lo buscas en Google dice que es violencia criminal y supongo que también en parte es un guiño a mi película favorita "El club de la lucha", esto es broma (Risas).

### **Si piensas en otra época, ¿a qué generación de escritores te hubiera gustado pertenecer?**

No creo que pertenezca a ninguna generación concreta de escritores, pero para contestar a tu pregunta supongo que a los primeros autores del Realismo Sucio. Y luego también supongo que a la generación perdida, ¡ay! perdida a la generación Bit y...no sé, de momento ya está con eso ya podrás ir trabajando.

### **¿Qué piensas sobre los libros que se publican actualmente?**

Bueno...creo que como en cualquier época siguen habiendo escritores buenos y escritores malos eso siempre ha sido así y así siempre será, pero hay una cosa que me cabrea realmente y es la forma, sobre todo la gente que critica las cosas por ser nuevas, me explico: por ejemplo, creo que está pasando con el movimiento Alt Lit, que hay mucha gente que lo critica porque es nuevo y que dicen defender la literatura y que dicen que esos movimientos actuales se la están cargando, cuando para mí la literatura es la expresión del alma del escritor, si es escritor y es joven y actual y su inspiración viene del mundo que lo rodea, hablará de ese mundo que le rodea. Que haya movimientos que hayan abandonado la floritura literaria no tiene con ser bueno o no sigue siendo la expresión de la persona, creo que la gente debería dejar de odiar e interesarse más. Odian lo nuevo por decreto, *Haters*. No siempre lo bueno es malo y lo antiguo bueno.

### **¿Qué tipo de libros lees?**

Pues bueno, suelo leer libros muy variados, pero sobre todo leo libros de filosofía oriental, libros técnicos de publicidad, y más en concreto novelas de...de Realismo Sucio o psicológicas, sobre todo me gusta las novelas que prestan más atención a la

evolución psicológica de los personajes que no a la descripción del entorno. Y especialmente, las que están basadas en personajes con problemas o con un escalón social bajo.

### **¿A que autores?**

Bukowsky e Irvine Welsh y autores del realismo sucio principalmente.

### **¿Qué prefieres libros en papel o digitales?**

En papel. Aunque como no tengo dinero tengo que descargármelos y meterlos en el móvil, pero si puedo elegir, elijo papel.

### **¿Por qué escribes?**

Es una buena pregunta. Caca, teta, culo, pis (Risas). Ehhh, escribo por varios motivos supongo que uno de ellos es porque es para lo que he nacido. Pocas, la mayoría de la gente muere sin haber descubierto para lo que ha nacido y creo que eso es bastante triste en realidad, pero yo tengo la suerte de haberlo descubierto. Aunque supe interpretarlo tarde, pero sé que es para lo que he nacido. También por otra parte me ayuda a desahogarme del mundo. Siempre de algún modo u otro siempre he escrito desde que era pequeño, quizás no en forma de poesía o prosa pero sí mis pensamientos. Al principio pensaba que era una forma de capturarlos, después comprendí que sólo era una forma de dejarlos libres. Sentía y percibía y oía demasiadas cosas y creo que mi deber es compartirlos con la humanidad.

### **¿Cuándo escribes?**

Escribo cuando me viene la inspiración y no estoy haciendo otra cosa. Esa es una de las cosas que mas rabia me da de mi, a veces me viene la inspiración y me da pereza escribir, y otras veces quiero escribir pero no me viene la inspiración. Ahora recuerdo una de "Edison" que dijo, fue algo parecido a: está bien ser un genio, pero más vale que cuando venga inspiración me pille trabajando.

### **¿Dónde sueles escribir?**

Donde estoy cuando me pilla la inspiración, pero normalmente en el ten, en el trabajo, en mi casa, donde estoy en ese momento en resumen.

### **¿Cuando empezaste a escribir? ¿Por qué?**

Nunca he empezado y nunca he dejado de escribir. Escribo desde que tengo uso de razón, como he dicho en una de las preguntas anteriores, siempre he escrito aunque

no de forma ordenada. Porque el cuerpo me lo pedía, en realidad nunca pensé racionalmente: tengo que escribir. Simplemente escribía, empecé a escribir de manera ordenada cuando me pedían redacciones en el colegio y después deje de hacerlo, hasta que un día me di cuenta de que tenía que hacerlo y era la pieza que faltaba en mi vida.

### **¿Qué es lo primero que escribiste?**

Lo primero que escribí fue una poesía y en cuanto a prosa, lo primero fue un relato corto que se titulaba "El último tren".

### **¿Y lo último?**

Un relato corto también que de momento no tiene nombre, de hecho aún no está acabado y por eso no le he puesto título.

### **Si te tuvieras que definir en una palabra como escritor, ¿cuál sería? ¿Por qué?**

¿Una palabra sólo? Desilusionado. Supongo que todo lo que escribo, todos los personajes a los que doy vida están desilusionados con algo, con ellos, con la vida, con una mujer...todo se basa en la desilusión. A veces la desilusión es lo que mueve a la gente más que la ilusión.

### **Y como persona, ¿qué palabra te definiría? ¿Por qué?**

Confusión. Porque soy un pobre niño confundido, no sé por veo, no se porque siento, pero lo hago y cuando más lo hago más lo escribo, y cuanto más escrito estoy, en resumen es un circulo vicioso que lleva a la confusión.

### **¿Qué opinas de que todo el mundo puede escribir y compartirlo en Internet?**

A mi me parece bien. Todo el mundo tiene derecho a expresarse, y está en las manos de las otras personas leerlo o no. ¿Por qué no vas a poder escribir?

### **¿Qué crees que puedes aportar a la sociedad?**

Prefiero preguntarme que es lo que la sociedad puede aportarme a mí, y la respuesta es nada. Así que imagino que yo tampoco puedo aportarles nada a ellos. Solamente y en algunos casos a gente que se sientan igual que yo, piensen que no están solos pero en el fondo sí lo están es todo una ilusión igual que Dios, hay gente que cree en Dios y hay gente que cree en la lectura. En ambos casos la gente piensa que no está sola y confía en lo que cree y eso las hace sentirse mejor.

### **¿Cómo es un día en tu vida?**

Bastante ajetreado, me levanto, voy a trabajar, me pregunto porqué me he levantado, porqué estoy trabajando, me pregunto muchas cosas y llega la noche y me voy a dormir. Hay días que no me da tiempo a preguntarme nada.

### **¿Crees que eres diferente? ¿Por qué?**

Ohhh está es la pregunta más difícil de responder que me han hecho nunca. Soy diferente? No, no lo soy, ¿me creo diferente? Sí, me lo creo. Pero me consuela pensar que no soy al único que le pasa, es algo intrínseco en la raza humana, somos todos iguales, instintivamente y subconscientemente nos movemos por las mismas cosas, y buscamos las mismas cosas sólo que coloreadas y espolvoreadas según nuestro entorno. Aunque evolutivamente todos buscamos lo mismo y somos iguales, nos creemos únicos y diferentes, como un copo de nieve cayendo del cielo.

### **¿Qué aspecto destacarías de ti como persona?**

Pues.... Soy bastante perezoso, aunque a la vez tengo muchas ambiciones y soy muy nervioso. Me gusta el sexo, la droga y el Rock&Roll jajaja

### **¿Y como escritor?**

Supongo que como escritor y como persona sobre todo lo que destacaría de mi es la hipersensibilidad. Es un pequeño trastorno psicológico que muy resumidamente podríamos decir que hace la que línea que separa el inconsciente del subconsciente sea más fina y a la vez me ayuda a ver, oír y sentir cosas que las otra gente no ve, ni oye, ni siente. Si eso lo mezclas con una persona adicta a las nuevas experiencias y con un ligero toque de depresivo crónico te da como resultado un escritor como yo.

### **¿Cómo te gustaría ser conocido por tus lectores?**

Como una persona con la que se puedan sentir identificados, alguien cercano supongo con las mismas experiencias que ellos, sólo que peor y llevado al extremo. Supongo que en realidad lo único que me diferencia de los demás es que a mi me apetece olvidarlo escribiendo y a los otros les apetece olvidarlo viendo la televisión u olvidarlo directamente.

### **Si pudieras decirle algo a tus lectores, ¿qué sería?**

Comprad el libro, no, es coña, jajaja. Si le pudiera decir algo les diría, suicidaros, es gratis e irrepetible.



### **¿Aceptas bien las críticas?**

Si son buenas las acepto, pero tiendo a pensar que me están engañando por un motivo oculto. Y si son negativas, hago ver que las acepto, extraigo una lección que me sirva, me deshago de lo que no me sirve y si es una chica y está buena, finjo agradecimiento, y si es un chico o una chica que no está buena, le tiro la crítica a la cara, (Risas), es broma, supongo, las acepto bastante bien, creo.

### **¿Cómo te ves dentro de 10 años?**

Muerto o rico y famoso. Aunque lo más probable es que esté trabajando en publicidad y preguntándome cada mañana en el espejo las mismas preguntas y los mismo porqués que me hago hoy.

### **Si no fueras escritor, ¿a qué te gustaría dedicarte?**

A *copy* supongo. La cuestión es ganarme la vida con las palabras. Al fin y al cabo, los *copys* y los artistas, no somos tan diferentes. Los pintores, pintan para exponer sus cuadros en galerías, que la gente los compre, y vivir de ello. Los músicos, componen su música para que la gente la escuche y ganar dinero de sus conciertos y sus discos, viviendo así de su arte. Los escritores, escribimos para que las editoriales nos publiquen y la gente pague dinero por nuestros libros. Los pintores pintan para las galerías de arte, los músicos componen para sus productores, los escritores escribimos para nuestras editoriales y los *copys* escriben para vender su mierda a un cliente. La vida se resume en eso, encuentra lo que se te da bien y luego encuentra a alguien que te pague por ello.

### **¿Cuál crees que es el relato que más define tu estilo?**

Todos tienen un trocito de mí, y un trocito del mundo que me rodea. Todos son escritos por mí, así que todos tienen mi estilo. Me sentiría mal conmigo mismo si tuviera que escoger uno entre todos ellos.

### **Para finalizar, ¿podrías deleitarnos con una frase tuya que nos deje un buen sabor de boca?**

Los tiempos duros para los soñadores hacen que los espejos estén más sucios.

Muchas gracias

## Anexo 2. Relato titulado “El becario” escrito Frank Mayhem

### *El becario*

Te despiertas por la mañana, temprano. Tus parpados, sustituidos por láminas de plomo, apenas pueden abrirse cuando el despertador te invoca. Lo apagas casi sin mirar y te das la vuelta, ni siquiera eres consciente de que es la segunda vez que suena. Te vuelves a dormir.

Estas dentro de un sueño. Un sueño extraño. Vas andando por la calle y todo el mundo te saluda sonriendo pero tú cierras los ojos con fuerza, sientes que los odias y no quieres verles las caras, sus apestosas y deformes caras sonrientes.

Sabes que vas andando por el breve trozo de calle que separa la salida de la estación de Renfe de Plaza Catalunya con la estación de los ferrocarriles para coger él que te llevará como cada mañana a tu trabajo, tu apasionante y soñado trabajo de becario en el departamento de publicidad de una importante multinacional. Mientras andas, con los ojos cerrados, envuelto en la oscuridad de tus propios parpados notas un pitido agudo y una luz que penetra tus ojos. ¿El sol te está abrazando de frente? No. Lentamente ese pitido te va induciendo a la realidad. Vas despertando poco a poco, te montas en él y vas cabalgando en su lomo hasta un nuevo día. Finalmente abres los ojos. Una extraña figura oscura está en la puerta de tu habitación y ha encendido la luz, entre tus pestañas pegadas con lagañas puedes intuir que es tu madre.

–Levanta, es tarde.– Te dice desde la distancia y te abandona allí tumbado, de la misma forma en que te abandono en la cuna el día que te dio a luz.

Apagas tú estridente despertador. Miras la hora, vas treinta minutos tarde. Vuelves a mirar el techo mientras coges consciencia de nuevo de quién eres y qué haces en este mundo. Pero, ¿cómo puedes recordar algo que no sabes? Sólo sabes que ha llegado otro día más.

Tienes el cuello atrofiado y los ojos pegados. Haces un esfuerzo sobrehumano por levantarte, pero caes de nuevo. No paras de caer; intento tras intento, mañana tras mañana, decisión tras decisión.

Consigues reptar hasta la cocina y proporcionarte un desayuno. Esquivando los saludos de tu familia. Te hablan con palabras pero tú respondes con gruñidos, no puedes hablar, te duele el paladar, te duele la cabeza, te duele todo. Vives como en

una resaca constante, sufres migrañas constantes y notas la mandíbula dolorida. Ya ni siquiera durmiendo descansas. Los nervios, la tensión y el estrés diario se han filtrado a tus sueños.

Trabajas de lunes a lunes, sin un solo día de descanso y recuerdas que alguien te dijo que era por tu bien ¿Es realmente por mi bien? ¿Cómo puede ser por mi bien si no soy feliz? Siempre se lo preguntas a la persona que te mira desde el espejo, pero nunca te contesta. Le duele el paladar. Te mira con asco. Cada día más demacrado. Cada día más infeliz. Cada día más muerto en vida.

Ya no lees el periódico por las mañanas, ahora consultas el Facebook. Te parece que toda la gente se pega la gran vida. ¿Cómo lo hacen? ¿Cómo consiguen ser felices? ¿Por qué parece que tú seas el único desgraciado que hay en el mundo? Hace tiempo que la gente que se muere de hambre ya no son consuelo. Antes intentabas ayudar, donar algo de dinero, dar limosna a la gente que la pide. Ahora sientes que eres tú el que la necesita. Pedir limosna y mendigar energía. No tienes nada de las dos. Te vistes y te vas.

Tu mente sigue en la cama. Pero ni siquiera duerme, está demasiado vaga cómo para pensar, demasiado vaga para descansar.

Los días se vuelven fotocopias de fotocopias. Cada vez más negro, cada vez más difuminado. La única diferencia entre cualquier día de la semana y tu fin de semana es que cambias de trabajo. Lo único que no cambia es cómo te sientes, ni la gente, gente a la que odias. Cuando te das cuentas estas en la estación. Miras atrás. Has andado largo rato desde tu casa pero no lo recuerdas. Las calles no tienen color y los niños no ríen, o quizá si lo hacen, pero tú ya no recuerdas como suenan sus risas. Malditos niños. Solo les ves sus estúpidas muecas desencajadas mientras emiten ruidos ensordecedores, no sabes si lloran o ríen, tu cerebro ha desconectado la asociación risa y felicidad.

Te sientas en un asiento destartalado y con manchas. Miras a tu alrededor. Todos son caras inalterables, máscaras de arlequín. ¿Van todos disfrazados? Nadie gesticula, han aceptado su destino, van impasibles hacia el matadero, su milla verde; la diferencia está en el proceso.

Ellos no morirán de un cóctel de barbitúricos o la silla eléctrica, su muerte será mucho más lenta, como la tuya, lenta y personalizada. Cada mal tiene su infierno; con sus diablos y sus castigos, con sus pecados y su falta de indulgencia, en el

infierno no hay indulgencia ni benevolencia solo castigos y castigados. Tú sufres el tuyo pero no lo mereces. Tu único crimen ha sido tomar decisiones malas en tu vida. Te sabes brillante, creativo y con cierta picardía pero el mundo te gana el pulso. Un sistema educativo inventado en la era de la revolución industrial se olvidó de potenciar tú imaginación y tú creatividad para obligarte a entrar en unos estándares que aseguran la obediencia de unas directrices numéricas para que el desarrollo económico de la sociedad siga. Y tú lo permitiste. Tus padres tampoco supieron ver tú talento, y ahora con veintilargos lo has descubierto, quieres ser creativo. Quieres inventar y escribir anuncios, publicidad, la profesión más odiada del mundo después de los políticos. Quieres crear para hacer que otros consuman. Te mueres por sumir a la gente en cuentos de hadas que siempre acaban bien, pero de momento te tienes que conformar con bailar con los números y concentrarte en no vomitar cuando hablas con clientes.

Se sube una señora mayor al tren. No tiene sitio para sentarse. Tú bajas la mirada para que no se encuentre con la tuya. Esperas a que alguien le ceda el sitio y no tener que ofrecerlo tú. Estás demasiado cansado para ir de pie, demasiado cansado para ser buena persona. Antes no eras así, tenías buen corazón y eras cívico pero era todo de alquiler y el periodo de cesión expiró. Eres becario y no tienes el suficiente dinero para renovarlo, hasta ser buena persona cuesta dinero.

Debes de ir en un tren de pobres porque nadie se levanta. El tren frena de golpe, la señora cae, todos se levantan exaltados a socorrerla, tu no. Te quedas mirando; impasible e inerte. No sientes lástima ni compasión, sólo deseas que se haya roto la cadera para ver el espectáculo de los médicos llegando al lugar para atenderla y las caras de arrepentimiento de la gente por no haberle cedido el sitio. Arrepentimiento de alquiler, de pegatina .Tristeza de quita y pon. Además, de esa forma tendrías una excusa válida para llegar tarde.

El tren ha parado y el conductor sale. Entre la multitud un tipo trajeado y engominado, con la prisa tatuada en la cara y el estrés por estandarte grita: ¡Por dios que alguien la levante, la siente y vuelva a ponerse esta mierda en marcha, tengo prisa!

La gente empieza a increparlo por insensible, los mismos que bajaron la mirada para no verse obligados a ceder su preciado asiento de oro macizo recubierto de

gomaespuma y mugre. El conductor se escandaliza. Tú aplaudes mentalmente, aplaudes su honestidad y su sinceridad.

El hombre sincero y repeinado acaba cambiando de vagón.

Por suerte para la vieja no se había roto nada, eso sí, ahora podía elegir cualquier asiento que le diera la gana; todo el mundo se lo ofrecía. O la gente se vende barata o alguien había bajado los precios de alquiler de la compasión y decencia.

Vi a la señora dibujar una sonrisa casi imperceptible que se escapaba entre la oscuridad de su cara y de su prominente bigote. Sospecho firmemente que fingió la caída para conseguir asiento, zorra lista, ya lo dice el dicho *“sabe más el diablo por viejo...”*.

Finalmente llegamos a nuestra parada y toda la buena gente se dispersó corriendo en diferentes direcciones, empujándose y mirando con desprecio al que no se apartaba lo suficiente en la escalera mecánica, todo volvía a la normalidad.

Salí a la superficie de Plaza Catalunya, ahogado y casi sin aliento, como salen las ratas a cubierta cuando el barco se hunde y quieren abandonarlo.

El sol brillaba y yo estaba cruzando el mismo trozo de calle con el que había soñado momentos antes. Por suerte, la gente no me miraba sonriendo, ni mucho menos, a duras penas me miraban. Yo no existía para ellos, la leve fracción de segundo que compartíamos al rozar nuestros hombros cuando nos cruzábamos no significaba nada para ellos. Llevaban sus máscaras de diario puestas, que son parecidas a las del fin de semana sólo que más oscuras y tristes, más reales. Siempre pienso en las dos mascararas del teatro: la tragedia y la comedia. Creo que simboliza muy bien a las personas trabajadoras de nuestra sociedad. Llevas puesta la de la tragedia de lunes a viernes y te pones la de comedia los fines de semana, festivos y vacaciones.

Una vida de tragicomedia. Yo no tenía mascararas de comedia, la había vendido para poder pagarme el billete de tren. Creo que la compró ese tipo que vive dentro de mi espejo, cada día me mira con ella puesta, riéndose de mí porque yo llevo la de tragedia incrustada en la cara. Ahora mi vida sólo es *tragi*, ya no hay comedia.

Seguí andando, fumándome un cigarrillo. Me encantaba cruzar ese trozo de Plaza Catalunya hasta los ferrocarriles. Normalmente en todo el tramo sólo encuentro una cara conocida, la del anciano que pide cada día en la entrada. Siempre repite la misma palabra incomprensible. Va sucio y huele mal, es pobre y viejo, es un reflejo

de la ciudad, es un reflejo de la humanidad, es un reflejo de mí; de mi futuro, del vuestro, del de todos. A veces pienso que el gobierno los ha puesto ahí para recordarnos lo que somos, lo que nos espera. Es una forma de mantenernos sedados y con la cabeza agachada. Hoy son viejos de Europa del Este los que piden en las bocas del metro de España, mañana serán españoles los que pediremos en la boca del metro de Alemania y más adelante serán alemanes lo que pedirán en la boca de los metros de china...y con el tiempo quien sabe, quizá será los chinos lo que pidan en las bocas del metro de los *Annunaki* o de cualquier otra raza espacial. El viejo no estaba. Es posible que haya muerto, me hubiera encantado poder ser la única persona en el mundo que lo echará de menos, que notará su ausencia, pero no fue así. Ni siquiera me importaron las múltiples y posibles formas de muerte que me pasaron por la cabeza con el viejo como protagonista. La única ausencia que echaba en falta era la mía ¿Dónde diablos estaba yo? Me habría encantado poder ir a la policía y poner una denuncia por mi propia desaparición.

<<Señor agente, me he perdido hace más de 48 horas y no me encuentro, querría denunciarlo>>

Finalmente llegué a las prácticas, tomé un café y me subí a mi puesto. Entré en nuestra parte de la oficina y puse en marcha la grabadora interna en la que había grabado un enérgico "*buenos días*" con sonrisa y todo, lo tenía guardado para situaciones de emergencia pero la cinta se debió atascar y me quede a la mitad del mensaje.

Si queréis saber que personas saludan con el piloto automático sólo tenéis que observar donde miran sus ojos al hacerlo. Si saludan mirando al suelo y tristes, huir porque quieren que les preguntéis que les pasa. Si saludan enérgicamente y mirando al suelo huir porque os están ocultando algo importante. Si saludan enérgicamente y mirando a vuestro rostro es que es feliz, así que huir más rápido, es un loco peligroso.

Yo me había quedado atascado y parado en mitad de la oficina, observé y a nadie pareció importarle, miré a los creativos, estaban charlando y bromeando entre ellos, miré a los cuentas; estaban hablando por teléfono, peleándose con clientes imbéciles y apuñalado a la gente con emails. Me senté en mi sitio, justo en la frontera entre esos dos mundos. El sitio del becario. Abrí mi bandeja de entrada y

un montón de correos sin leer empezaron a acumularse, como hormigas al alrededor de un pegote de mermelada que ha caído al suelo.

Reclamaciones de clientes, urgencias de clientes, cabreos de clientes, insultos de clientes, amenazas de muerte de clientes, presupuestos, costes, ofertas, gastos...había de todo y para todos.

Los números bailaban y danzaban, y yo me mareaba y me mareaba. Reprimí una arcada, dos arcadas... a la tercera salí corriendo al lavabo y vomité. Volví al sitio, nadie me preguntó cómo estaba. Miraba a los creativos y deseaba poder ser uno de ellos, era uno de ellos, sólo que no lo sabían aún. Por culpa del estúpido perfil de mi carrera no había entrado en el departamento creativo, me habían enchufado en cuentas, otro error que hacía eco presente desde mis actos del pasado. ¿Por qué coño escogería aquella carrera si odio la gestión y odio tratar con clientes? Los creativos me despreciaban, lo veía en sus ojos. Si hubiera entrado como becario en su departamento habría encajado a la perfección. Pero no pudo ser, yo sólo era un cuentas más, y ni siquiera eso, era un becario de cuentas; el escalafón más bajo de la cadena alimentaria. Después de mí solo iban las cucarachas del sótano, y no todas, algunas estaban en los despechos de la última planta.

Inmerso en mi propia angustia, moviendo números de derecha a izquierda, y coleccionando errores por los que alguien más tarde me echaría la bronca, me llegó un email. Un correo electrónico explicativo de mi otra jefa, la de los fines de semana, diciéndome que ese sábado tendría que entrar dos horas antes para cubrir a un compañero y que además no me lo iban a pagar en compensación del día que falté...genial.

Los Sábados, Domingos y festivos trabajaba en atención al cliente para una aseguradora. Mi fin de semana se reducía a centenares de asegurados descontentos que me acribillaban sin cesar con peticiones, problemas varios e insultos de diversas formas y colores. Es increíble lo estúpida e impertinentes, y a veces incluso creativa, que puede llegar a ser la gente cuando pagan por un servicio. Para la mayoría de los clientes que llamaban yo solo era un pelele, un punching-ball en el que descargar la furia que les producía sentirse estafados por una gran multinacional de los seguros.

Pagaban por sentirse importantes. La mayoría de sus problemas podían ser resueltos y atendidos por los servicios públicos que también pagaban con sus

impuestos, pero preferían la sensación de exclusividad para pavonearse delante de los vecinos y amigos conforme eran pudientes, solventes y diferentes de las clases bajas ya que tenían contratados los servicios privados en la aseguradora de turno. Aseguradoras que vivían y se nutrían de las personas como ellos.

Una persona que utiliza sus servicios con regularidad no le sale a cuenta a una mutua. Por eso la mayoría de ellas hacen estúpidos cuestionarios de salud que ponen en evidencia su gran engaño y sus oscuras intenciones. ¿Mutua? ¿Socios? ¡JA! Desafiando a la lógica podríamos presuponer que si una persona, se hace una póliza médica es porque la necesita, porque esta o tiene riesgo de poder estar enferma en un futuro cercano. Pero eso a la mutua también le genera unos gastos que en muchas ocasiones no cubren las mensualidades de las pólizas. Por eso a las personas muy mayores no les hacen pólizas a no ser que se inscriban con más gente. ¿Entonces de qué viven las mutuas? ¿De dónde sacan sus jugosos beneficios? De engañar a la gente sana vendiendo exclusividad y que paguen por unos servicios que, muy probablemente, nunca utilizarán y no permitiendo a la gente verdaderamente enferma entrar, cuyos problemas de salud son incompatibles con las listas de espera de los servicios públicos.

Vivimos en un mundo de mentiras y verdades escondidas entre líneas.

Yo ahora mismo vivía en una ciénaga. Tenía frente a mí numerosas metas y objetivos que la vida me había vendido con un préstamo a largo plazo. Podía divisar a lo lejos, muy a lo lejos, la tierra prometida a los jóvenes estudiantes y trabajadores: enormes prados verdes repletos de oportunidades profesionales, puestos de trabajos bien remunerados acorde con los folletos de captación de las universidades, jefes que valoraban la creatividad y la iniciativa y que vestían ropas coloridas y *casual*, brillantes áticos con vistas a los lagos de Champaign francés, jornadas que, aunque maratonianas, eran estimulantes por compartirlas con buenos compañeros que luchaban contigo, codo con codo, por el bien común, al más puro estilo espartano. Podía verlo, estaba allí, me habían hablado de ese país de las maravillas con montones de Alicias, diversión y reconocimiento. El gran sueño del joven emprendedor.

Pero no era donde se encontraban un servidor. Yo estaba cruzando un pantano, sabía que antes de llegar a la tierra prometida tenía que cruzar esos densos fangales, el problema es que estaba cruzando arenas movedizas en cada batalla



que tenía abierta y la situación no prometía mejorar. Pero no era el único. En los pantanos había cientos de jóvenes más. Mirara donde mirara había gente cruzando los pantanos. Jóvenes que habían sido engañados por la sociedad bajo la promesa de una oportunidad pero sólo si eran mejores que los demás. Eso venía escrito en la letra pequeña de los folletos de las universidades. Les obligaban y adiestraban a pisarse y pasar por encima los unos de los otros para llegar los primeros; divide y vencerás que dijo Julio César. De esa forma perpetuamos la cultura del individualismo para que cuando por fin el ganador entre en la empresa haya sido enseñado a desconfiar de sus iguales y glorificar la figura de su salvador, el cual lo mira desde los cielos en una gran butaca de cuero.

Ahora entendía porque la tierra prometida estaba tan verde y tan inmaculada. Era por la falta de población que llegaba a ella, como las playas de Ibiza, antes naturales y virginales, ahora pervertidas por el paso y el goteo constante de miles y miles de personas que las destrozaban. Los pantanos estaban llenos de cadáveres de jóvenes que se quedaron en el camino, las metas eran brillantes, precisamente porque poca gente las alcanzaba.

Supongo que es el drama de cualquier persona joven en este país la cual no tenga padres con recursos. Aquí las oportunidades se compran. El sistema había acabado conmigo, me había noqueado y la cuenta del árbitro ya iba por ocho. Becario que trabaja nueve horas diarias sin cobrar ni un euro en el departamento que no quiere en la empresa en la que desea estar. Ganado una miseria en trabajos de mierda, y dando gracias por tenerlos, para ni siquiera poder seguir pagando una habitación minúscula de mierda y tener que volver a casa de sus padres.

El sonido del teléfono me sacó de mi trance. Y volví al bullicioso mundo real.

-Tienes sesenta y tres emails sin leer y el teléfono no para de sonar, vamos, espabila novato.

La voz procedía del supervisor de las prácticas. Me miraba intensamente y con nerviosismo, no parecía estar muy contento aunque era frecuente oírle decir que trabajaba mejor bajo presión. Yo nunca me lo había creído, la verdad. Se fue rodando sobre su silla hasta su puesto con un violento impulso. Me miré las manos mientras el resto de mi cuerpo volvía a adaptarse al entorno. Sentí un cosquilleo por todo el cuerpo, como si millones de hormigas estuvieran corriendo y

mordiéndome a la vez. Nunca se me había dormido el cuerpo entero. Descolgué el teléfono. Era mi jefe escupiéndome una orden muy clara:

-Ven a mi despacho.

Ni siquiera me dio tiempo a contestarle. Para cuando pude articular palabra el sonido del teléfono comunicando me estaba azotando para que corriera a su despacho. Colgué y me quedé absorto mirando la pantalla. Había unos cuantos emails de él diciéndome que fuera a verle inmediatamente al llegar. Hablaba de unos presupuestos, y unas facturaciones y de un montón de miles de euros o algo así. A mí los presupuestos me parecían todos iguales, ponerle un precio y unas limitaciones económicas a la creatividad siempre me había parecido una tarea un poco estúpida.

La cabeza me daba vueltas y la lengua se me quedaba pegada a los lados de la boca por lo seca que la tenía. Fui a levantarme pero las piernas no me respondieron, el cansancio no me dejaba reaccionar. Finalmente lo conseguí. Dirigiéndome hacia la puerta pude percibir como me miraba el tipo al que estaba ayudando en mis prácticas, movía la cabeza a modo de negación mientras escribía un mail y hablaba por el teléfono a la vez.

Siempre me había gustado el sonido que hacían los pies al arrastrarlos por el suelo. No podía parar de mirarlos, me recordaba a cuando me llevaban al despacho del director cuando era pequeño.

Me quedé frente a la puerta y tragué saliva, no paraba de mover y hacer chasquear los dedos, supongo que de los nervios.

No sabía que había hecho, pero seguro era una gran cagada; podía olerlo en el aire, podía notarlo en la tranquilidad de la atmosfera callada.

No había nada más siniestro que un gran espacio vacío en silencio. Como una selva enmudecida. Cualquier cervatillo que pretenda llegar a la edad adulta sabe que si se queda en una explanada cuando no se oye ni el silbar del viento entre las hojas, es bastante probable que acabe con los caninos de un guepardo cualquiera clavados en la yugular.

Miré a la secretaria en su mesa. Estaba quieta, callada, con la mirada baja. No me dijo nada, no me miró, no respiraba. Si alguien me hubiera preguntado habría jurado que ni siquiera tenía pulso. Ante el inminente peligro el camaleón se funde con su entorno, la mujer sabía que la caja de pandora estaba a punto de abrirse en

mi cara y pretendía pasar totalmente desapercibida ante el ataque del depredador. Lo sabía porque podía verla ensimismada mirando la pantalla, pero a través del cristal de sus gafas se apreciaba que sólo contemplaba el escritorio vacío de Windows con sus iconos y sus carpetas.

Me armé de valor y llame con los nudillos, no esperé respuesta, fuera lo que fuera lo que había hecho quería que pasara rápido, como cuando te quitas una tirita de un tirón. Abrí enérgicamente la puerta y para cuando me quise dar cuenta estaba en el centro de la gran sala. Me descubrí con las manos cruzadas delante de los genitales y la mirada baja, allí estaba; el cervatillo frente a la bestia.

Esperé unos instantes, no sabría decir cuantos segundos. El tiempo pasaba a un ritmo diferente cuando te encontrabas en este tipo de situaciones. Notaba como mi respiración se aceleraba, los dedos de mi mano derecha se movían a toda velocidad, ocultos por mi mano izquierda.

Entonces la pantera alzó su mirada penetrante por encima de la pantalla de su ordenador.

Él, el jefe. Apoltronado en su butaca de cuatro cifras y brillante cuero negro. Me clavó la mirada en mis temerosos ojos. El ritmo impulsivo de mis dedos se aceleró. Yo noté mi mandíbula tensarse y sentí un enorme deseo de salir corriendo, como un animal acorralado.

Mientras él se atusaba su barba de tres días yo notaba cómo mis piernas empezaban a temblar y desfallecer. Me estaba ganando la partida, y aun no había empezado.

No podía parar de concentrarme en el ruido repetitivo de su dedo chocando a toda velocidad contra la mesa, una y otra vez, el eco de ése sonido me retumbaba sin compasión en los oídos y una vez más tragué saliva.

Paró en seco, a mí me dio un vuelco el corazón, se levantó de golpe y sin que su engominado pelo negro se moviera ni un ápice dio un estruendoso golpe en la mesa con las manos.

Lo que vino a continuación fue una ráfaga de chillidos y aullidos que ininteligiblemente me chocaban con fiereza en la cara. Vociferaba y vociferaba como un mandril en celo. No se le entendía absolutamente nada salvo algunas palabras sueltas. No paraba de tocarse la nariz todo el rato, siempre había creído

que era cocainómano y las manchas blancas que tenía en una fosa de la nariz lo delataban. Golpeaba la mesa repetidamente y hacía aspavientos violentos.

Presupuesto, cliente importante, miles de euros, cagada, inútil, imbécil...fueron algunas de las pocas palabras que entendía. Las escupía con rabia y bañadas en gotas de saliva que huían despavoridas de su boca en forma de espadas afiladas.

Las venas de la cabeza se le estaban marcando e inflando cada vez más como si alguien las estuviera bombeando con aire a presión. La cara se le había tornado de color púrpura y un centenar de pequeñas venas capilares estaban empezando a reventar tiñendo sus ojos de un cálido color rojo sangre.

Cada nueva silababa que disparaba rebotaba por toda la habitación, por cada pared, por cada premio conseguido en concursos de publicidad y me chocaban en la cara abofeteándome con violencia.

Yo lo miraba y lo miraba. Sabía que esto iba a pasar y finalmente estaba ocurriendo. Creí que me acobardaría más y mantendría la cabeza agachada mientras me caía el chaparrón de plomo, pero en lugar de ello entré en un estado zen. Yo era el centro tranquilo del universo: el cervatillo se había vuelto roca, mi yo interior se había vuelto vacío y mi miedo se había vuelto aire liberándose libre por cada poro de mi piel, mezclándose con el oxígeno y desapareciendo sin hacer ruido.

Podía haberle contestado, haberle chillado yo a él. Otras personas se habrían ido llorando al cuarto de baño y otras habrían cogido la pluma estilográfica de la mesa y se la habrían clavado en la tráquea. Me gustó esa última idea y me recreé en ella. Me imaginaba como sus chillidos se iban apagando poco a poco y se iban amortiguando con pequeños gruñidos y sangre saliéndole por la boca. Podía ver sus ojos abrirse tanto que pareciera que se estaban saliendo de sus orbitas y como enormes chorros de sangre a presión salían por la herida abierta. Ya lo dijo Bulwer: " *La pluma es más fuerte que la espada*".

Él seguía gritándome, al parecer la había cagado bien y yo ni siquiera sabía el porqué. Tampoco me importaba en realidad. Odiaba mi trabajo y lo odiaba a él. Me daba igual que me echara o que no.

Finalmente la tormenta amainó. Se desplomó rendido en su butaca y se echó las manos a la cabeza, por un momento pude ver casi como si estuviera llorando. Su

respiración era entrecortada y parecía haber perdido todo el fuelle. El silencio había vuelto a la estancia, a la selva.

Me miró e hizo una señal con la mano para que me fuera. Yo salí y cerré la puerta tras de mí.

La secretaria seguía sin mirarme, no había duda que lo había escuchado todo. No estaba seguro si estaba despedido o no. Estuve a punto de preguntárselo a ella, pero deseché la pregunta en cuanto me di cuenta de que me importaba una mierda.

Fui a mi sitio y cogí mis cosas, nadie me miró, nadie me preguntó, a nadie parecía importarle un carajo lo que había pasado ni el dinero que supuestamente se había perdido por mi culpa. A mí tampoco me importaba, la verdad.

Salí y me fui de camino a la estación; sin mirar atrás, tranquilo y despacio. Aunque notaba mi alma tranquila podía sentir como me costaba andar por el estado de tensión en el que se encontraban mis músculos.

La saturación me había llevado a un estado de vacío metafísico. El *no yo* se había apoderado de mi pequeño universo.

Todo iba a cámara lenta: mis pasos, el sonido, las sombras, la gente, mi vida...

Debía de moverme muy raro porque todo el mundo me miraba. Aunque yo me notaba la mente relajada y fluida, como reseteada, mi cuerpo parecía andar acartonado de alguna forma. No sentía el suelo bajo mis pies, me había quedado flotando a un palmo del suelo, con todo el cuerpo rígido.

El mundo parecía girar siguiendo una línea horizontal recta, todo iba a cámara lenta y todo pasaba, nada era estático pero tampoco parecía avanzar a un ritmo normal, era como si estuviera andando bajo el agua. Todo era imperecedero, eterno de alguna forma brutal y siniestra, deambulaba por una realidad en formol.

No sé cuánto tardé; diez, quince minutos... en llegar al tren, aunque a mí me parecieron segundos.

El trayecto no duró mucho más. Me quedé de pie en medio del vagón pese y haber asientos vacíos. Alguien se me acercó y me habló. Creo que me dijo algo sobre sudor frío, palidez y sentarme. El rostro de aquella figura iba y venía, como si se estuviera derritiendo y mezclándose con el entorno.

Cuando me di cuenta estaba en medio del aparcamiento de mi pueblo. Salvo algunos coches desperdigados estaba desierto. El sol pegaba fuerte y yo sudaba

más y más. Una leve brisa, que me cortaba la piel como si fueran finas cuchillas, levantaba el polvo del suelo y me lo metía en la nariz y los ojos. No oía nada salvo algunos sonidos lejanos. Voces sueltas y remotas parecían discutir por cosas sin importancia y el ruido de cigarras me martilleaba el cerebro haciéndome entrar dolor de cabeza.

Estaba frente a mi coche, pero algo parecía no funcionar. Un pequeño torbellino oscuro remolineaba a su lado y a mí me quemaba la garganta, la tenía seca y embarrada, había tragado demasiado polvo y lodo de la ciénaga.

Las composiciones se empezaron a mezclar, mi respiración se aceleró, el mundo entero empezó a correr. Yo ya no era el centro tranquilo del universo, ahora era una gota de agua cayendo a toda velocidad por una catarata.

¿Qué era esa forma fantasmagórica que se acercaba a mí? Una extraña alimaña vestida con ropas anchas y sucias se había materializado delante de mí. Sus formas y sus matices se filtraban entre los tejidos de la realidad color sepia formol.

La extraña criatura salida de las oscuras cloacas de un mundo que ya no era el mío me hablaba, pedía algo, ¿dinero? ¿Mi teléfono? Sus ojos brillantes se acercaban a los míos con la misma velocidad que mi raciocinio se alejaba de la escena.

Algo brillaba entre tanta mugre. Algo sobresalía cromáticamente de la composición. Era un objeto metálico, quizá un cuchillo o una navaja. La figura de ojos rojizos y brillantes lo blandía delante de mí. Las extrañas filigranas del metal moviéndose a cámara lenta dibujaban extrañas estelas color plata entre los tonos apagados.

No veía luciérnagas desde que era niño, no veía hadas desde que alguien me dijo que no existían ¿Existir? ¿Podía alguien llamar existir a la mera presencia material de algo en un espacio y tiempo determinado? Alguien tiró una piedra al estanque tranquilo y color sepia que era mi realidad. Uniformes olas circulares nacieron y ondularon desde el centro tranquilo del lago hasta los bordes, volviéndose más embravecidas a medida que avanzaban. Unas gotas rojas empezaron a erigirse en el centro del estanque donde había caído la piedra. Ahora esas gotas rojas manchaban los tonos sepia, tiñendo la situación de colores extraños.

Yo estaba en una esquina del aparcamiento. Me observaba de lejos. Un tipo que se parecía al que vivía al otro lado del espejo, con su máscara de comedia, estaba

encima de un chico perdido y sangrante. Aquella bestia le estaba machacando la cara con una piedra mientras sonreía.

Bajé la cabeza y me miré las manos. Estaban manchadas de sangre. Las separé y pude ver la cara del chico con los dientes destrozados. Yo estaba sobre él, inmovilizándolo, y la piedra estaba junto a mí. Era una piedra preciosa. La cogí de nuevo y la miré detenidamente, tenía forma de pasa gigante, con puntiagudas aristas. La sujeté con las dos manos y empecé a machacarle los ojos, los pómulos y las cejas a aquel pobre diablo. Si no veía no podría robar coches nunca más.

Le estampe la piedra contra la cara tantas veces que los músculos de mis hombros empezaron a dolerme, podía notar la sangre fluyendo e hirviendo dentro de ellos.

El chico ya no hablaba, ya no chillaba. Salía un gran torrente de sangre del interior de su boca, no tenía dientes; las cejas y los pómulos los tenía completamente abiertos y unos líquidos viscosos, blancos y amarillos le salían de su ojos izquierdo, el derecho seguía mirándome. La pupila era muy grande, como un agujero negro que absorbía toda la luz que tenía alrededor.

Me levanté y me fui. Hice el mismo recorrido que había hecho por la mañana. La gente que se cruzaba conmigo se apartaba, las madres resguardaban a sus hijos detrás de ellas, por suerte ya no reían.

Llegué a casa y me encerré en la habitación. Sentado en una esquina no podía parar de mirarme las manos, estaban ensangrentadas y temblaban sin parar. No me apetecía verlas así que apagué la luz. Si no lo veo no existe. Me quede en silencio observando la oscuridad. No sé por qué a la gente le da tanto miedo la oscuridad. La oscuridad es buena, nos protege del resto del mundo, de nosotros y de los monstruos. Sí nosotros no podemos verlos, ellos tampoco pueden vernos a nosotros, no existen. En la oscuridad todos somos iguales, no hay defectos, no hay diferencias, no hay nada, solo oscuridad.

### **Anexo 3. Poesía de Frank Mayhem titulada “Soy un espectador”**

#### ***Soy un espectador***

Soy un espectador de mi vida,  
alguien que contempla la luz desde la sombra.  
Un sastre que tejió un traje a medida,  
pero con miedo a probárselo  
admirándolo malgasto su vida  
por si le había quedado largo de abajo.  
Poner tu cara a un desconocido.  
Hacer ver que lo has superado.  
Morir en vida son cosas  
de lunático artista malgastado.  
Mirada perdida,  
corazón dilatado.  
Ya no hay sístole ni diástole,  
ni palomas blancas en el tejado.  
Me arranque el alma,  
fundamente lo infundamentado.  
Desembale mi corazón,  
que estaba envuelto para regalo.  
Lo recoloque en el pecho,  
supongo que di al botón equivocado.  
Hoy he visto un cartel delante,  
mientras buscaba un espejo manchado de blanco en el lavabo,  
escrito con no muy buena letra decía:  
Espacio en venta por corazón derribado.

**“Todo el mundo tiene derecho a recibir una poesía, tú, también”**